## تقــــــــــديم

### بقلم الدكتور صليب بطرس

توجد بصفة عامة مدرستان فيما يتعلق بتزويد صناعة الصحافة بما يلزمها من الموارد البشرية : الاولى وتتبع الاسلوب الذى لا يستند اساسا الى التعليم الاكاديمى البحت عن طريق تخصص معــاهد لتدريب المواد الاعلامية ، بل تعتمد الصحافة فى ظله فى التزود بالموارد البشرية اللازمة لها عن طريق الاختيار القائم على الاستعداد الشخصى والخبرة والتجربة العمليتين .

ويكمل اصحاب هذا الاسلوب ما قد يكون هناك من نقص عن طريق التدريب اثناء ممارسة العمل in - job وفيه يلقى على الرؤساء عبء توجيه الجدد من العاملين فى الحقل الصحفى على اختلاف سماتهم .

وهذا الاسلوب تتبعه الصحافة البريطانية ، ولو انه عدل فى العقدين الاخيرين لكى يتمشى مع مقتضيات العصر فى التطور التكنولوجى وفنــون الصنعة وامتزج هذا النظام بالتدريب داخل المنشأة وخارجها الذى يمتــد حتى يصل الى من يشغلون مراكز قيادية فى التحرير والادارة على السواء .

ولم يجد اصحاب هذه المراكز حرجا فى استكمال ثقافتهم عن هــذا السبيل ولم تبخل عليهم المنشآت فى هذا المضمار فترسلهم الى اى مكان فى العالم حيث يكون التدريب فى افضل صورة له يقينا من القائمين عليهــا بأن هذا الانفاق نوع من الاستثمار له عائد مجز فى نهاية المطاف .

والاسلوب الثانى : ويستند الى ان الصحافة كأية مهنة اخرى لا بد للعاملين فيها من ان يتلقوا اصولها فى المعاهد العلمية على اساس اكاديمى.

ومن ثم فقد انشئت الكليات الجامعية التى يتلقى فيها الطلاب العمل الصحفى بنواحيه المختلفة ، ولا باس من اختيار المتقدمين للالتحاق بهــذه الكليات لانتقاء من تتوفر فيهم المقومات الشخصية التى تكفل لهم النجاح فى ميدان الصحافة كسلامة التفكير وسلامة العبارة واتقان اللغــة وما الى ذلك .

والصحافة الامريكية زعيمة هذا الاسلوب بلا منازع .

ومما يعزز انتشار هذه المدرسة أن الصحافة اصبحت صناعة ضخمة ولها مميزاتها الخاصة بها . فعنصر الوقت مثلا يلعب فيها دورا اكبر مما يلعبه فى الصناعات الاخرى .

ويكفى لاظهار اهميته أن عمر الصحيفة كله يعد بالساعات ، والخبر نفسه يعتبر من اكثر السلع بوارا ، فقد يصبح عديم القيمة فى أقل من لمح البصر اذا سبقت اليه صحيفة أخرى .

ومن اليسير ايضا أن يتحول القارىء عن صحيفته المفضلة اذا ما دابت على التأخر عن الظهور فى موعدها الذى اعتاد القارىء أن يحصل عليها فيه .

واعتماد الصحيفة ، كمنتج نهائى ، على حكم القارىء باعتباره المستهلك النهائى يتسم بدرجة من الذاتية اكبر مما يتسم به حكم اى مستهلك لاية سلعة أخرى .

ولا يشفع ماضى الصحيفة العريق لدى القارىء ، اذا اعتقد يوما أنها قد قصرت فى خدمته أو أنها فى تصوره تختلف عن مسايرة العصر . وحتى أسلوب توضيب الصحيفة ( اخراجها وطبوغرافيتها ) يتوقع القارىء تعديله ولكن دون عنف من آن الى آخر بحيث يزيل عنه الملل ويواكب العصر .

وبرغم التقدم التكنولوجى الهائل الذى اعترى الصحافه فى جميع جوانبها ، وبخاصة منذ السبعينات ، فان العنصر البشرى ، فى مجال التحرير على وجه الخصوص ، ما زال له تأثير كبير فى مادة الصحيفة . فالحدث الواحد ، يخرج الى قراء كل صحيفة فى صور ونكهات مختلفة متأثرا ، ولا ريب ، بالمشاعر والاحاسيس الشخصيه لمن اشترك فى الحصول عليه ولمن صاغه . وما ذكرناه هنا لا يعدو الا يكون قليلا من كثير ليس هذا مجال الاتيان عليه .

غير أن ما نود التأكد عليه هنا أن هذه المميزات لا بد من أن يتردد صداها فى صناعة الصحافة ابتداء من وضعها المؤسسى، وهيكلها التنظيمى واساسها ووضع سياساتها المختلفة وتنفيذها .

ولا تختلف فى ذلك الادارة عن التحرير ، فالاولى فى تصورى ، هى مجموعة الاعمال التى من شأنها أن تفضى فى النهاية الى اخراج الصحيفة على نحو يجعل منها مادة يقبل عليها القارىء وتباع له بسعر يكون فى

متناوله ويحقق ربحا لاصحاب المنشأة الصحفية سواء أكانوا ملاكا تقليديين أم كانوا عمالا لهم فى أرباح الصحيفة نصيب كبير كما هو الحال فى الصحافة المصرية . وما دام الامر كذلك فلا تنافر بين أهداف الادارة وبين أهداف التحرير ، بل على العكس من ذلك فان أهدافهما متطابقة تماما ، وهذا أمر لازم لنجاح التخطيط .

ان الصحافة فى مصر لم تعد ، ما كانت عليه حتى أواخر الثلاثينيات وأوائل الاربعينيات عملا أدبيا فحسب ، كان يكفى للاضطلاع به أن يكون صاحب المشروع من رجال الادب له صلات برجال السياسة بصفة عامة ورجال الاحزاب بخاصة حتى يقبل على اقامة المنشأة الصحفية . وكان يكفيه من الناحية المالية ان يحصل على بضع عشرات الالوف من الجنيهات يقيم بها المنشأة الصحفية وتاريخ الصحافة فى مصر ملىء بالامثلة العديدة .

ومن الواضح جليا أن وضع الصحافة قد تبدل . فنحن نسمع عن عشرات الملايين من الجنيهات تلزم ليس لانشاء مؤسسة صحفية جديدة بل لتجديد وتوسيع منشئات قديمة عريقة .

وهنا تبرز اهمية التخطيط فى حياة الصحيفة .

ولعل الذهن ينصرف للتو ، عند ذكر التخطيط ، الى ما أسميه المواد الاولية الملموسة ابتداء من الآلات وانتهاء بالدوبارة اللازمة لحزم الصحيفة الصحيفة ربطا وما بينها من مواد تنوعت أصنافها تختلف بين الورق والمواد الكيمائية غالية الثمن وبين أصناف أخرى لا حصر لها. فاذا اقتصر التخطيط على هذه النواحى أضحى عديم الجدوى . بل انه الـزم وأكثر ضرورة ولا ريب فى مجال التحرير . ويتعين ان يلازم التخطيط الصحيفة على طول طريق حياتها ومنذ التفكير فيها اذا أريد لها الوجود بله البقاء . وحتى اذا قدر لها ، غير ذلك فاختيار الوقت المناسب للتوقف عن الظهور فى حاجة الى تخطيط ايضا . وأقرب مثل يضرب فى هذا الصدد هو القـرار الذى اتخذته مجلة لايف Life الامريكية عندما قررت الاختفاء فى وقت بلغت فيه مبيعاتها ما لا يقل عن ستة ملايين نسخة من العدد الواحد . فقد رأى القائمون على أمر هذه المجلة أن تلك اللحظة هى أنسب اللحظات لاتخاذ مثل ذلك القرار .

والتخطيط للصحيفة ــ وانا استخدم هنا هذه الكلمة باعتبار انهـا جنس و « المجلة » نوع تاركا التفريعات لما أورده المؤلف عنها ــ يبـدء بالاسم الذى يطلق عليها وبالطبقة أو الطبقات التى توجه الصحيفة لخدمتها ومخاطبتها وهذا أمر تتوقف عليه عوامل أخرى عديدة ، ويتوقف هو بدوره

على عناصر اخرى منها اسلوب مخاطبة جمهور القراء والتبويب ، واليوم الذى تظهر فيه وطبيعة المعلنين ، ونوع الطباعة والورق وما الى ذلك من الاعتبارات التى يتعين أن يتخذ فيه القرار على اساس متغيرات وثوابت عديدة لا تصلح لها العشوائية كما انها ليست مجالا للانفراد بالراى لا من جانب التحرير ولا من جانب الادارة .

ومن هذا المنطلق لا بد من ان تدرك الاجيال الشابة من الصحفيين الذين اعنيهم بالخطاب . ان اى قرار فى مجال التحرير لم يعد كما يعتقد اصحاب المدرسة الصحفية القديمة أمر لا يمسه الا رجال التحرير ، وان اى قرار ادارى كما تعتقد المدرسة الادارية العتيقة مجالا لا يتعدى حدوده الا رجال الادارة .

والراى عندى أن شراء المطبعة الخاصة بالصحيفة لم يعد عمـــلا اداريا بحتا يتخذه الرجل المسئول عن الادارة من برجه العاجى ، بل لابد من اشتراك الرجل المسئول عن التحرير فى وضع هذا القرار وما يصاحب ذلك من دراسة وبحث وتمحيص . وكذلك الحال فى القرارات التحريرية .

ومن اجل كل هذا كان انشاء كلية الاعلام فى جامعة القاهرة عمــلا ضروريا للانتقال بالصحافة المصرية فى البيئـــــة القديمة التى نشـــأت وعاشت فيها الى الاجواء الرحبة الحديثة التى لا يمكن ان تنمو الصحافة الحرة ، لخير المجتمع المصرى ، الا فى رحابها .

والواقع ان المؤلف وقد تخرج فى هذه الكلية ــ ويعمل الآن عضوا بهيئة تدريس قسم الصحافة بها ــ لخير مثل يضرب لما يمكن ان تقدمـــه للحقل الصحفى المصرى ، ومؤلفه ( بفتح اللام ) هذا لاقوى دليل على ما ذهبت اليه لقد تناول بمنهج علمى ممزوجا بتجربة عملية شابة تخطيط كافة جوانب العمل الصحفى التحريرية والادارية باوسع ما تنطوى عليه هذه الكلمة من معان معرجا على ثلاث تجـــارب من الصحافة المصرية والعربية احداها حديثة للغاية اذ تمت بعد منتصف السبعينــات ، فهى والحالة هذه تجر تتسم بالجدة، وبتأثرها بآخر ما وصلت اليه التكنولوجيا الصحفية فى نواحيها المختلفة .

وقد حان الوقت لان اخلى بين ما كتبه المؤلف وبين القـــارىء لكى يسبر بنفسه ، ويلمس ما بذل فيه من جهد ، وما وصل اليه من نتـــائج ليقومها فى هدى ما سبق أن ذكرته .

القاهرة ( جاردن سيتى )
مايو ١٩٨٠

**صليب بطرس**
المستشار الفنى السابق لدار اخبار اليوم
أستاذ زائر بكلية الاعلام / جامعة القاهرة

مدخـــل :

المجـــلة

التعـــريف والسمات العامـــة

## تعريف المجـــــلة

عرفت منظمة اليونسكو الدوريات عام ١٩٦٤ ، بأنها كل المطبوعات التى تصدر على فترات محددة أو غير محددة ( منتظمة أو غير منتظمـــة ) ولها عنوان واحد ينظم جميع حلقاتها ( أو اعدادها ) ويشترك فى تحريرها العديد من الكتا بويقصد بها أن تصدر الى مالا نهاية (أى لا يوضح حد معين تقف عنده الدورية ) وقد قسمت المنظمة الدوريات الى فئتـــين كبيرتين : —

### أ ـــ الصحف ( الجرائد ) :

ومنها الصحف اليومية ( التى تصدر أربع مرات اسبوعيا على الاقل ) والصحف غير اليومية ( التى تصدر أقل من أربع مرات فى الاسبوع ) ولا تدخل الولايات المتحدة الصحف ضمن المطبوعات الدورية بل تجعلهـــا مصدرا مستقلا من مصادر المعلومات فى حين تعتبر انجلترا مثلا الصحف من المطبوعات الدورية .

### ب ـــ المجـــــلات :

وهى تنقسم الى مجلات تهم المثقف العام ومجلات متخصصة فى أى مجال من المجالات : كالطب أو أحد فروعه أو الهندســـة أو الادارة أو المكتبات أو التوثيق وهكذا ومن الواضح أنه لا يهم سوى المتخصصين (١).

ويبقى مصطلح مجلة ، مثيرا لمعانى مختلفة ، ولجدل عنيف حولها ، فهناك ثمانية مصطلحات أو الفاظ تستعمل جميعا فى وصف المجلة وتطلق جميعها عليها وهى : المطبوع Publication والدورية Periodical والجورنال Journal ونظرة عامة واستعراض ومعاينـــــة Review والكتاب Book ، والجازيت Gazette والاداة Organ واخيرا المجلة Magazine ، ولعل استقراء دلالات هذه الفاظ أو المصطلحات الثمانية تعطينا فكرة واضحة عن مفهـــــوم المجلة (٢) .

### المطبوع The Publication

اية مجموعة من أوراق صادرة عن مطبعة تعد مطبوعا : الجرائد ، الكتيبات والكتب ، والنشرات ، المطبوعات ، البطاقات ، الجـــــداول

( الكتالوجات ) ، الملصقات ، وقليل من هذه المواد المطبوعة يصدر بشكل دورى منتظم ، وتحت الاسم نفسه .

**الدورية The Poriodical**

وتعنى اى مطبوع بصفة دورية ، واستعمل هذا المصطلح فى البداية للاشارة الى عمل واحد ( مؤلف ) كتبه مؤلف واحد على الرغم من انه طبع فى أجزاء متكررة ، كل فى فترة ، وقد اعتاد كبار الكتاب فى بريطانيا أن ينشروا رواياتهم بهذا الشكل ، فكثير من روايات تشارلز ديكنز نشرت دورية مثل : « أوراق بيكويك » ، و « ديفيد كوبر فيلد » ، و « نيكولا بيكلر » ، و «الاوقات الصعبة » وست روايات اخرى ظهرت فى أجزاء شهرية .

وعلى الرغم من أن كل المجلات دوريات ( لانها تصدر بشكل دورى ) فان كل الدوريات ليست بالضرورة مجلات وروايات . « ديفيد كوبر فيلد » و « الاوقات الصعبة » لديكنز ظهرت مع مقالات وروايات لاخرين فى جريدة اسبوعية تسمى Houschold News

وقد استعمل مصطلح Periodical ليشير الى نمط من مقالات الجرائد ليميز عن مقالات المجلة العامة ، ومع نهاية القرن التاسع عشر ، استعمل ليعبر عن كل مطبوع يصدر بانتظام عدا الجرائد .

**الجورنال ( الجريدة ) The Journal**

Journal كلمة لاتينية تعنى daily book كتاب يومى و diary ( يومية ) ، ويعادلها كلمة diurnalis اللاتينية ، وهى مشتقة من كلمة Jour الفرنسية ( يوم ) أو (يوم) أو diurnali (يومى) ، وقد تطورت واستعملت فى أوربا : انجلترا وفرنسا فى الشرق الثامن عشر لتصف الجريدة اليومية .

والآن نطلق كلمة Journal على ذلك النمط الجاد جدا من المجلات الذى تصدره جماعات الاطباء والعلماء والمهندسين والكيمائيين على سبيل المثال ، والغريب ان هذا المصطلح الذى كان فى الماضى يعبر عن الجريدة اليومية ، نجده الآن وقد أصبح أقل دورية عن معظم المجلات التى يصدر الكثير منها بشكل ربع سنوى وبعضها نصف سنوى ، وبعضها الاخر سنوى مثل :

- Birmingham University Journal
- The British Journal of Medicine

وعلى الرغم من ذلك فليست لكل هذه المجلات التى تسمى نفسها Journals

هذه الجدية نفسها او التخصص الضيق نفسه ، فهناك انماط من مجلات ذات مضمون اخف تستعملها مثل Ladies Home Journal و Woman Journal

وهناك نمط ثالث يقع بين هذين النمطين تصدره جماعات مهنية أو منظمات مثل : British Legion Journal, Gas Journal و Brewn's Journal

## نظرة عامة ، استعراض ، معاينة The Review

استعمل مصطلح Review لسنوات عديدة ، وما زال يطلق حتى الآن على المجلة التى تحتوى على مواد ادبية ومقالات نقدية وتعليق على الاحداث الجارية ، تعرض لما كان يجرى ، ويستعمل هذا المصطلح الآن فى مجال الصحافة ليشير الى : الوصف النقدى لكتاب جديد ، مسرحيـــة ، فيلم ، تسجيل ، او برنامج اذاعى او تليفـــزيونى وتسمى هـــذه الالوان بالعروض أو المراجعات أو المتابعة ( خاصـــة فى المجـــلات السورية والعراقية ) .

وبعض المجلات تسمى نفسها Reviews او يشار اليها بأنها Reviews وهى فى غالبيتها مجلات تتعامل مع احداث اخبارية حالية ، ووقائع حديثة فى عالم الفن والموسيقى والكتب ، اى انها تعيد النظر Re - view فيما حدث أو تستعرضه ، وخاصة ما تم نشره فى الجرائد أولا .

## الكتاب The book

كثيرا من رجال الاخراج والطباعة ــ خاصة فى الولايات المتحـــدة الامريكية ــ يسمون المجلات كتبا Books ، وقد يكون السبب فى ذلك هو اقترابها بل تشابهها مع الكتاب فى انها لا تصدر بهدف أو لغرض معالجة الامور الحالية

والكتاب وفقا لما اورده Pocket Oxford Dictionary هو مجموعة من الاوراق المطبوعة مثبتة وموضوعة فى غلاف ، وعلى هـــذا الاساس فان وصف المجلات بهذا المصطلح ككتب ليس دقيقا .

## الجازيت The Gazette

كلمة تعود الى كلمة Gazetta الايطالية وهى اسم عملة بندقية ( من البندقية بايطاليا ) كانت سعر لاول ورقة خبرية هناك .

واطلقت على الجرائد ، وما زال هناك عدد من الجرائد المحلية التى تستعمل هذا الاسم فى عناوينها مثل : Woldefield Gazette ( الانجليزية ) ولكن استعمالها المعروف بشكل جيد نجده فى عنوان المطبوع الحكومى الانجليزى الرسمى : The London Gazette الذى يصدر ثلاث مرات فى الاسبوع ، ويحتوى على قوائم للتعيينات الحكومية والترقيات ، وأخر التقليسات والاشارات العامة الاخرى ، كما ان هناك مجلات تطلق على نفسها Gazette وتتناول تخصصات تهم كل الناس بشكل عام وهى : Railway Gazette : و Police Gasette فى انجلترا .

**الاداة** **The Organ :**

كلمة تستعمل لتصف مجلة حزب سياسى ، نقابة مهنية ، رابطة أو اتحاد أو أى منظمة من هذا النوع ، ومثل هذه المجلات توظف لتحمل الاخبار الرسمية للمنظمات التى تصدرها ، أى أنها « أدوات » تستخدم بواسطة أصحابها ، وهذا بالضبط ما تعنيه الكلمة اللاتينية Organum التى تعنى أداة Instrument

**المجلة** **The Magazine**

كلمة مجلة magazine الانجليزية الى الكلمة magazin الفرنسية المأخوذة من الكلمة العربيه مخزن .

وتاريخيا استعمل هذا المصطلح Magazine ، لاول مرة عام ١٧٣١ التالية استعمل ليصف الصحيفة التى كان لها شكل الجريدة ، ولكن محتواها متنوع .

وذلك لان الجريدة كانت مخصصة بشكل محدد للاخبار والاخبار السريعة والمحلية ، بينما المجلات لم تكن تفعل شيئا لتعرض اخبار وقتها ، بل قدمت الروايات ، مقالات عن الرحلات ، ودراسات جاده ، ومواد أخرى للتسلية .

وهكذا نرى أن المجلة الجيدة يمكن ان تعنى مكانا تجمع فيه المقالات والقصص وتزود بأسلحة وذخائر عقلية ، عن طريق طرح الافكار ، والمناقشات ، وعرض المعلومات الهامة والمفيدة .

وهناك اتفاق بين العاملين فى المجلات ومارسها الان على تعريف فرانك لوثر موت Frank Lutter Mott للمجلة Magazine الذى يرى فيه المجلة هى « مطبوع مغلف يصدر بشكل دورى — طويل او قصير — ويحتوى على مادة مقروءة متنوعة » ، وهو فى راينا ايضا افضل تعريف .

**كان هذا هو المفهوم الغربي : الاوربي والامريكي لكلمة مجلة : لغويا واصطلاحيا ... فماذا عن المفهوم العربي لكلمة مجلة ؟؟**

يقول الدكتور : محمد مهدى علام ان أول من استعمل لفظ الصحافة بمعناها الحالى كان الشيــخ نجيب الحـــداد منشىء لســـان العرب فى الاسكندرية ، وكان الصحفيون لا يفرقون أول الامر بين الجريدة والمجلة فى الاستعمال ، ولكن كلمة Rewéw كانت هى المستعملة عند الفرنج فى مقابل ما أطلقنا نحن عليه كلمة مجلة (٣) ، ويتفق مع الدكتور عبد اللطيف حمزة فى اعتقاده بصحة قول فيليب دى طرازى أن أول من استخدم لفظ « مجلة » أو أشار باستعمالها هو ابراهيم اليازجى عندما كان يحرر مجلة « الطبيب » ثم شـــاهت بعد ذلك (٤) ، وعرف الشيخ ابراهيم اليازجى المجلة بأنها مشتقة من مادة جلا أو جلاء ، أى ظهر ووضح ، ومنها جلية الامر أى ما ظهر حقيقة أى الخبر اليقين ، والمجلة هنا بمعنى أنها استجلاء حقيقة من العالم .

فعندما تولى الشيخ ابراهيم اليازجى ادارة مجلة الطبيب عام ١٨٨٤ بالاشتراك مع الدكتور بشارة زلزل والدكتور خليل سعادة أشار باستعمال لفظة مجلة قائلا عنها : أنها صحيفة علمية أو دينية أو انتقادية أو تاريخية أو ما شابه ذلك تصدر تباعا فى أوقات معينة ، وبذلك ثبت هـــذا الاسم وتبعه فى ذلك جميع المجلات التى صدرت بعد ذلك .

وعندما أنشأ الشيخ ابراهيم اليازجى والدكتور بشارة زلزل مجلة « البيان » فى القاهرة قائلا عن المجلة أنها : جليس العالم ، وأستاذ المريد والموعد الذى يتلاقى فيه المفيد والمستفيد ، بل هى خطب العالم فى كل ندوة ، وبريده الى كل خلوة ، والمشكاة التى تستصح بها بصائر أولى الالباب ، والمنـــار الذى تأتم به المدارك اذا اشتهت عليهـــا شـــواكل الصواب » (٥) .

وفى رأى الدكتور عبد اللطيف حمزة أن المجلة لا تعدو فى جوهرهـــا أن تكون عبارة عن اعادة النظر ـــ الذى ينطلق من ان المجلة يطلق عليها لفظ Review والمعنى الحرفى له هو اعادة النظر ـــ فيما طبع من أخبار وحوادث ومواد سبق نشرها فى الجرائد اليومية ، ولم تساعد طبيعـــة الصحافة اليومية على استيفاء هذه المواد كما ينبغى ، لكن المجلة تستطيع بعد كل هذا أن تعيد النظر فى جميع هذه المواد على اختلافها وان تبـــدى للقارىء وجهة نظر جديدة (٦) .

ويعرف الدكتور شكرى فيصـــل المجلة بانها « ظاهرة من ظواهر الحياة الحديثة أو مؤسسة من مؤسسات هذه الحياة الخصبة التى يعيشها العالم فى هذين القرنين ، وجدت مع التقدم الفكرى الذى ضر العالم ، وهذه

الحاجة الى تبادل الرأى وتقابل الفكر — قبل أن يكون قادرا على ان يتمثل تمثلا كاملا فى كتاب — بين المفكرين » (٧) .

ويضع الدكتور محمد مهدى علام تعريفا موجزا للمجلة ، وهو أنها « صورة مختصرة متجددة رخيصة الثمن لدوائر المعارف » ، ويقول ان وظيفة المجلة كانت قائمة فى حياة المجتمع العربى منذ القدم ، وكانت هذه الوظيفة تؤدى بطرق تلائم العصر ، فمن ذلك الى الادب والمناظرات والامالى وتناقل الروايات » (٨) .

ويتتبع الدكتور محمد مهدي علام كلمة مجلة فى لغتنا العربية (٩) :

— فى لسان العرب : لابن منظور « المجلة صحيفة فيها الحكمة » .

— وروى النابغة الذبيانى :

( مجلتهم ) ذات الاله ودينهم قديم
فما يرجون خير العواقب

وهو فى ذلك يريد ( الصحيفة ) .

— وفى حديث سويد بن الصامت : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : « لعل الذى معك مثل الذى معى قال : وما الذى معك ؟ قال مجلة لقمان ، فكل كتاب عند العرب مجلة . يريد كتابا فيه حكمة لقمان .

— وفى حديث لانس بن مالك : القى الينا مجال — جمع مجلة — يعنى صحفا ( أورد ذلك أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم المعروف بابن المنظور الافريقى المصرى فى كتابه لسان العرب ) .

— وقال أبو عبيدة بن الجراح : « كل كتاب عند العرب مجلة » .

ويرى الدكتور سامى عزيز أن المجلة هى « نشرة ذات غلاف تصدر دورية تحتوى على نوعيات متعددة من المواد » ويحدد صدور أول دورية على شكل مجلة بعام ١٦٤٦ فى انجلترا بصدور The Review محتوية على أسماء الكتب والمؤلفين ، وتعليق وملخص للكتب ، وكان ذلك النوع عنده أقدم أنواع المجلات (١٠) .

وترى الدكتورة اجلال خليفة أن المجلة : « احدى الوسائل الهامة للاتصال بالجماهير ، تصدر فى دورية معينة واقل مدى لهذه الدورية اسبوع وأكثرها خمس سنوات . وتأخذ من الكتاب عمقه ومن الصحيفة تنوع مادتها ومجاراة هذه المادة لجوانب الحياة وسرعة حدوثها ، وكلمة مجلة

فى اللغة العربية — فى رأيها — تعنى قائمة عمومية من المعارف وجمعهـا مجلات أو مجال » (١١) .

ويحدد الدكتور محمد سيد محمد ثلاثة مقاييس رئيسية يمكن التمييز عن طريقها بين الجريدة والمجلة :

المقياس الأول : الفترة الزمنية لتتابع الصدور ، وهذا قد يبدو لاول وهلة مقياسا فى الشكل ، لكنه الاهم عنده ، فالصدور اليومى لصحيفة ما يؤكد كونها جريدة ، ولان هذا المقياس ايضا مرتبط بالمضمون ارتباطا وثيقا ، لان الصحيفة اليومية لا يمكن أن تتخصص كما تتخصص المجلات .

المقياس الثانى : هو المادة التحريرية ، وهى فى الجريدة الخبر فى المحل الاول ، وفى المجلة المقـال بأشكاله المتعددة ، والتقرير الصحفى بانواعه الاربعة : من حديث وتحقيق وريبورتاج وماجريات ، الى جانب القصص والطرائف والرسوم والصور وما شابه ذلك .

المقياس الثالث : فقد درجت الجرائد خلال تاريخها العالمى أن تكون فى حجم اكبر ، كما درجت المجلات خلال تاريخها العالمى ، أن تكون فى حجم اصغر وبرغم صدور صحيفة يومية بالحجم النصفى « التابلويد » وبرغم صدور مجلات بحجم الصحف اليومية ، لكن العبرة بالاغلب والاعم وما شذ عن هذه القاعدة قليل .

والى جانب هذه المقاييس الثلاثة الرئيسية توجد مقاييس ثانوية كنوع الورق ، والغلاف واستخدام الالوان ، وطريقة الطباعة ، والاخراج الصحفى ، واختلاف كل ذلك بصفة عامة فى كل من الجريدة والمجلة (١٢) .

ويفرق الدكتور محمد سيد محمد بين المجلة والنشرة مؤكدا على أن المجلة (١٣) : دورية تمثل عملا صحفيا بكل ما يتطلبه العمل الصحفى من عناصر ،وما يقتضيه من التزامات، وما يفرضه العرف الصحفى من عمومية واتصال مباشر بجماهير القراء ، أما مضابط البرلمانات أو تقارير النشاط السنوى للهيئات الثقافية أو ماشابهها فليست مجلات حتى لو اتخـذت لنفسها عنوان مجلة لان التسمية الصحيحة لها هى النشرة .

كذلك تختلف المجلة عن الطبعة الاسبوعية من الجريدة ، فالمجلة ذات غلاف ، والطبعة الاسبوعية هى جريدة روعى فى تحريرها كـثرة الموضوعات الحالية والانباء المحلية والعالمية ومقالات عن الادب والفن ، وفى بعض الاحيان كانت الامكانيات الضخمة للصحيفة اليومية تهىء لها فرصة لاصدار طبعة اسبوعية أو نصف شهرية وليست بالضرورة أن تحمل الطبعة الاسبوعية الاسم نفسه ، بل قد يضاف اسم آخر الى جانب الاسم الاول كالسـياسة ، والسياسة الاسـبوعية ، والبلاغ ، والبلاغ الاسبوعى (١٤) .

## انواع المجـــــلات

هناك أكثر من تصنيف لانواع المجلات ، يعتمد على كل تصنيف منها على معيار محدد يتقرر على أساسه نوع المجلة ، ويمكن حصرها فى ستة تصنيفات رئيسية (١٥) :

الاول : تضنيفالـ قراء ، الذى يصنف المجلات الى أنواع وفقا لميول القراء .

الثانى : تصنيـفالتوزيع ، الذى يصنف المجلات الى أنواع وفقـــا لارقام توزيعها .

الثالث : تصنيف الشكل ، الذى يصنف المجلات الى أنواع وفقـــا لنوع الورق ونوع الطباعة وشكل المجلة Format من مظهر اخراجى الى تبويب الى قطع .

الرابع : تصنيف المضمون ، الذى يصنف المجلات الى أنواع وفقا للمضمون الذى تحمله .

الخامس : تصنف المصدر ، الذى يصنف المجلات الى أنواع وفقا للمصدر أو الناشر .

السادس : تصنيف دورية الصدور ، الذى يصنف المجــلات الى أنواع وفقا لعدد مرات صدورها أو دوية الصدور .

### التصنيف الرباعى للمجلات

ولكنى أميل الى تصنيف المجلات الى اربعة أنواع رئيسية هى :

(١) المجلات العامة General magazine

(٢) المجلات الاخبارية News Magazine

(٣) المجلات المتخصصة Specialized magazine

(٤) المجلات الملخصة أو المهضومة Digest وهو فى رأيى تصنيف شامل .

## المجلات العامة :

ويطلق عليها المجلات العامة General magazines او المجلات الجماهيرية Mass magazines او مجلات المستهلك Consumer magazines او مجلات المنوعات Variety magazine او متعددة الملايين Multi million

والمجلات العامة تتسم بتنوع المضمون ، وتتوجـــه الى جمـــاهير متنوعة ، وأن كانت تستهدف القارىء العام غير المتخصص ، مثل مجلات: Lesliés و Harper's Weekly, Collier's و Life, Look و The People الامريكية (١٦) ، و Paris - Match الفرنسية ، و stern الالمانية الغربية ، والمصور ، وآخر ساعـــة ، واكتوبر المصرية .

## المجلات المتخصصة :

وتتعدد أنواع هذه المجلات بتعدد انواع الجمهور الذى تخدمه ، والوظيفة التى تؤديها عن طريق المضمون المتخصص الذى تحمله .

فنجد أن هناك مجلات للمراة والطفل والرياضـة ، والدين والادب والعلوم والهوايات ، وجمهورها محدد وكذلك مضمونها ، ويتراوح توزيعها بين بضعة آلاف وأحيانا مئات فى مجلات المدارس والشركات ، الى ملايين مثل الـ T.V. Guide الامريكية التى توزع ١٨ مليون نسخة اسبوعيا ، و Antimité, Vogue, Elle, Jours de France الفرنسية ، و Psychology Today، و Yachting, Woman's Day الامريكية ، ومجلات « حواء » و « الاذاعة والتليفزيون » و « الثقافة » ، « الشبـاب وعلوم المستقبل » ، و « الاهرام الاقتصادى » المصرية ، و « الفكر » التونسية ، و « الصقر » القطرية ، و « الشورى » الليبية .

## المجلات الاخبارية :

يعتبر بعض أساتذة الصحافة ، ومنهم الدكتور سامى عزيز ، هذا النوع من المجلات العامة ( ١٧ ) ، ولكنه أقرب انواع المجلات الى الجرائد وهى تتسم بمحافظتها على عنصر الحالية عن طريق المتـابعة المتسقة ، للاخبار ، واهم ما يميز أسلوب تحريرها :

١ ــ الايجاز : Brevity فأخبار الاسبوع تنشر مكثفة كلها فى صفحات قليلة ، كما أمكن ذلك .

٢ ــ الذاتية Subjectivity حيث يتم مزج الراى بالحقيقـــة ويتم تلوين الخبر بأسلوب شديد الجاذبية .

٣ ــ صحافة الجماعة : Group Journalism حيث يعمــل عشرات من الباحثين والكتاب والمحررين فى تحديد اهم موضوعات العدد ، خاصة موضوع الغلاف Cover Stary (١٨) .

واقدم المجلات الاخبارية فى العالم واكثرها توزيعا هى مجلة Time التى تعد اكثر المجلات تاثيرا فى الولايات المتحــدة الامريكيــة ، تليهــا U.S News and World Report و . News wlek و Der Spigel الالمانية الغربية ، والــ Timpo المكسيكية ، التركية ، واليابانية Shako Aahi والهندية Look والــكينية Reporter (١٩) ، وفى مصر صدرت مجلة « الجيل الجديد » عام ١٩٥١ على هذا النمط ، واستمرت حتى عام ١٩٦٤ .

**المجلات الملخصة او المهضومة :**

وتعتمد على أن تنشر فى تركيز أهم وأبرز المقــالات والتعليقــات والموضوعات الجادة والخفيفة والمسلية والمنشورة فى المجلات الاخــرى العامة والمتخصصة مع التركيز على المتخصص منها ــ وذلك بعد قراءتها ــ واول مجلة من هــذا النــوع أنشئت فى لندن عــام ١٨٦٠ وهى الــ Literary Digest لفراند وجنتالر ، بعد ذلك أسس البرت شــوفروى Reader's Digest ، ولكن هذا النوع لم ينتشر ولم يزدهر بعد أن أصدر دى ويت والاس وزوجته ليلا اسيشون مجلتهما الشهيرة الــ عام ١٩٢٢ ، بعدها تأسست عشرات المجلات المهضومة أو الملخصة (٢٠) وللاسف هذا النوع من المجلات لم يظهر حتى الآن فى العالم الغــربى ، وتوقف صدور الطبعة العربية من الــ Reader's Digest ــ التى أصدرها فؤاد صروف خلال الحرب العالمية الثانية باسم «المختار» من الريدرزدايجست وتولى رئاسة تحريرها بعده محمد زكى عبد القادر ثم كمال عبد الرؤوف ــ عام ١٩٦٧ حين اغلقت بعد توتر العلاقات المصرية الامريكية ثم قطعها فى نهاية عهد الرئيس جمال عبد الناصر .

وفى العام قبل الماضى حدثت مفاوضات بين مؤسسة اخبار اليوم ودار النشر التى تصدر الــ Reader's Digest لاعادة اصدار الطبعة العربية منها ، ولكنها لم تنته الى اتفاق حتى حصلت على امتياز اصدار الطبعة العربية دار نشر عربية هى شركة النهار للمنشورات الدولية ــ باريس ، وتنشر الطبعة العربية من المختار الآن شركة راس الخيمة للمنشــورات الدولية التى اسسها كل من غسان توينى وتوفيق ابو خاطر وعثمــان عائدى ولوسيان دحداح ، ومقرها الرئيسى باريس ، ويرأس تحــرير هذه الطبعة العربية (المختار من ريدرزدايجست ) آدمون صعب ويعاونه اديب صعب ، ويعمل مؤنس طه حسين مستشارا ثقافيا للمجلة ، ويعيب هذه الطبعة ركاكة الترجمة العربية .

وترجع اهمية هذا النوع من المجلات الى انه يعطى الفرصة للقراء لتوسيع معارفهم ونظرتهم العامة والاطلاع على موضوعات هامة كان من الصعب بل من المستحيل عليهم — أحيانا — قراءتها فى مصادرها (٢١) .

## سمات المجلة : كوسيلة اتصال بالجماهير :

قال استاذ الراى العام الامريكى الراحل والتر ليبمان : « اننا لا نحكم على الاشياء فى ذاتها بل على الصورة التى نكونها نحن عنها ، اى ان الصورة التى فى رؤوسنا هى مادة آرائنا ، ومضمون هذه المادة على الدوام » .

ولكن كيف تتكون هذه الصورة ؟ ، وما القوى التى تساهم أو تشارك فى هذا التكوين ؟

يرى استاذ الصحافة والمؤرخ الفرنسى س.دينوابيه أن الجرائد اليومية تشارك بجزء فقط فى تكوين هذه الصورة التى فى رؤوسنا ، اما الاجزاء الاخرى فتاتى عن طريق المجتمعات العامة ، والمنابر والمحاكم والمجالس النيابية وغير ذلك من الوسائل الفعالة فى التأثير على الرأي العام ، واخيرا تسلطت السينما والاذاعة على عقول الجماهير الى درجة جعلت الناس تعتقد خطأ أنهما سوف تخلعان الصحافة عن عرشها الى الابد ، وفى المنافسة بين هذه الوسائل المتعددة فى تكوين آراء الناس تلعب المجلات دورا هائلا وذلك عن طريق الصور والقصص والموضوعات التى درست درسا عميقا (٢٧) .

فميزة الجريدة هى التكرار وميزة المجلة هى العمق .

فالمجلات اقدر على تقديم الموضوعات المدروسة والنتائج التى لم تكن معروفة من قبل ، لان لديها فسحة من الوقت للبحث والدراسة ، والاستقصاء فتستطيع أن تعالج الموضوعات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية خيرا من الصحف اليومية فمثل هذه التقارير أوقع فى نفس القارىء وذات اثر أبقى من العناوين أو النبذ أو الاخبار المصورة التى تنشرها الصحف ( الجرائد ) اليومية .

وتستطيع المجلة ان تؤثر فى مخيلة القراء عن طريق الرسم والصور الفوتوغرافية ، تفوق تاثير الصحيفة ( الجريدة ) اليومية ، وذلك لما يتوفر لدى المجلة عادة من الامكانيات الفنية فى هذه الناحية ، فالطابع الجميل للمجلات من حيث الامكانيات الطباعية والالوان والاخراج له تاثير سيكولوجى قوى فى نفوس الناس جميعا على اختلاف صفاتهم واعمارهم، لذلك تستغل المجلات بواسطة رجال الدعاية السياسية والتجارية كوسيلة ناجحة ومؤثرة (٢٣) .

وتاريخيا تطورت المجلة كشكل مهجن Ahybrid form مطبوع ، وذلك لتملأ الفجوة الاتصـــالية الموجودة بين الجرائد والكتاب الثقافى الادق . فدافيد كرونيك يضعها فى منطقـــة وسط بين الـــكتاب والجريدة ، ذلك أنها توجه الى جمهور أكثر تحديدا من جمهور الجريدة ، ولا ترتبط بشدة بالحوادث اليومية وتشبه الكتاب أكثر من الجريدة بحكم مدى الافكار التى تعالجها (٢٤) .

وبينما يرى جورج ديهاميل أن : «المجلة تجمع بين الجريدة والكتاب، بعد أن غيرت خلال السنوات الاخيرة من مقرها والتمست لها مظهـــرا جديدا ، محافظة على مظهر الجريدة وأن قدم تمادة أغنى وأن لجأت الى شيء من التراجع فى الزمن لتحكم على الوقائع والناس(٢٥) .

ويمكن تحديد سمات المجلة كوسيلة اتصال ، وكذلك تحديد سمات جمهورها من خلال مقارنة المجلة بالوسائل الاتصالية الاخرى على أساس السرعة والتغطية والشكل والتكلفة وامكانية الحصول عليها والدوام ، وذلك من خلال الجدول التالى :

| الوسيلة / السمة | الكلام | الكتاب | الجريدة | المجلة | الاذاعة(*) |
|---|---|---|---|---|---|
| السرعة | لحظى | تاريخى | سريعة | وقتية | لحظية |
| التغطية | — | — | مجزاة | تاملة | مجزاة بشكل جيد |
| الشكل | — | عـدد | فسيفائية | متعددة | عشوائية |
| التكلفة | مجانى | مكلف | رخيصة | مرتفعة | مجانية |
| امكانية الحصول عليها | ثابتة | صعب الحصول عليه | جاهزة | اقل صعوبة | ثابتة |
| الدوام | زائل | دائم | معاصرة | شبه دائمة | زائلة |

(*) الاذاعة : المتصود بها الراديو والتلفزيون

كذلك يمكن التعرف على الجماهير التى تتوجه اليهـا المجلة ، من خلال مقارنة بين أنواع الجمهور ـــ حسب تقسيم فردريك هويتنى وهى Audience والعامة Publics والجماعات Groups والافراد من حيث سمات كل نوع والوسائل الاتصالية ( الاعلامية ) التى تستخدمها من خلال الجدول التالى (٢٦) :

| نوع الجمهور المقارنة | الجمهـــور Audience | العـــامة Publics | الجماعات Groups | الافـــراد Individuals |
|---|---|---|---|---|
| السمات | اعداد اكبر دائما تزيد | غير تطوعية | تطوعية | أعداد أقل |
| | | لا يمكن التعرف عليها | يمكن التعرف عليها | كلها مقسمة |
| | اقل تحديدا | ملامح مفردة موحدة | محددة | اكثر تحديدا |
| | غير مواجهة | جغرافيا ووظيفيا | متجانسة | شخصية |
| | غير متجانسة | وديموجرافيا | متجزاة | مواقف غير معروفة |
| الوسائل | جماهيرية | تليفزيون | مطبوعات متحكم فيها | وسائل تستعين بالحاسب الالكترونى |
| | تليفزيون | صحافة محلية | | |
| | | راديو | تقبل شخصى | |
| | وكالات انباء | مجلات | | بريد مباشر |
| | | ادوات متجددة | | تليفون |

وتعكس المجلات التنوع البارز داخل اى مجتمع متقدم أو نام بشكل لم يشرح ولم يظهر فى اى وسيلة اتصال بمقدار ما يظهر فى المجلات .

فنظرة عاجلة الى قائمة بعناوين المجـلات فى الولايات المتحـــدة الامريكية ، نجد أن هناك مجلات للمراة وللرجل ، للوقاية (Shelter) الازياء ، الرياضة ، الراى ، الاخبار ، الاعترافات ، الفكاهة ، والمجلات الاقتصادية ، والعقائدية والمطبوعات التجارية ، والمجلات المدرسيـــة ، ومجلات الرواية العلمية ، ومجلات الشركات السنوية ، وقدرا كبيرا من الكتالوجات التى تسمى مجلات وهى حوالى ٢٠ الف مجلة .

وفى مصر : نجد لدينا مع الفارق الكبير فى الكم والنوع ـــ مجـــلات عامة وسياسية ودينية ورياضية وفنية وثقافية وأدبية ، واقتصادية ، ومجلات للمراة وللطفل وللسيارات وللعمال وللمعلمين .

ويشكل عام يمكن القول بأن عمق المجلات وتنوعها يعطى صورة واضحة جذابة للمجتمع المعاصر ، ويحدد اهتمامات الناس وأذواقهم ، ومن خلال ارقام التوزيع وتحليل مضمون المجلات نجح بعض الانثروبولوجيين الاجتماعيين وعلماء المستقبلية ( الدراســـات التى تستطلع المستقبــل ) Futurology فى أن يرسموا بشكل دقيق عادى خلاصات ونتائج حول ثقافة هذا المجتمع وانسانه (٢٧) .

ويمكن ان نحدد ابرز الوظائف التى تؤديها المجلة فى المجتمع فى النقاط التاليه (٢٨) .

(١) تشارك المجلة ــ مع الجــريدة ــ فى الدعــوة للاصلاحــات السياسية فى المجتمع .

(٢) لا تقوم المجلة بتفسير الاحداث والمسائل العامة فقط ، ولكنها تضع هذه الاحداث فى أبعادها الوطنية ، وربما كانت المجــــلات مكملة لا منافسة لوسائل الاعلام الاخرى فى هذا المجال .

(٣) تساعد المجلة على تدعيم الاتجاهات الوطنية من اجــل تكوين المواطن المتجانس كما تعمــــل المجلة على تدعيم الروابط الثقافية بين القـــراء .

(٤) زودت المجلة المصورة الملايين بوسيله رخيصــــة للتسلية ، واحتلت المجلة خصوصا ــ بعد احتوائها على المقالات المتنوعة والأخبار والتحقيقات فضلا عن الصور ــ فى عادات القراءة مكان الكتاب بالنسبة للكثيرين .

(٥) المجلة معلم قليل التكاليف اذ تقدم للجمهور فى حياته اليوميــة الكثير ، فهى تعطى المشورة بالنسبة للاطفال المتخلفون فى دراستهم ، وتقدم النصائح بالنسبة للمشاكل المالية أو الزوجية وكيف يمكن ان يكون الزوجان اكثر تآلفا مثلا ، وتوضح المجلة للناس كيف يزينون منــــازلهم وحدائقهم وكيف يعدون طعاما رخيصا وصحيا فى الوقت نفسه وهى تدل السيدات على كيفية العناية ببشرتهن وقوامهن وعلى آخر الازياء والزينة وغير ذلك من أبواب المجلة ومحتوياتها .

(٦) المجلة معلم للجمهور فى مرانه الثقافى والحضارى فهى تصــل بمقالاتها واخبارها الجيل الحاضر بالجيل الذى سبقه ، والمجــلة تحيط قرائها بانجازات الشعوب الاخرى وصفاتهم وقصصهم وانماط حياتهم .
كما تذكر المجله ــ عادة ــ تقارير عن الكتب الحديثة التى صدرت أو نبذ صغيرة عنها ، وكذلك عن المسرحيات والافلام والاســـطوانات

الموسيقية اى انها تحث القارىء على ان يكتشف وتتقصى مصادر آخرى من المعلومات .

ويمكن فى النهاية القول ان احدى مميزات المجـــلة الكبيرة هى فى تقديمها لالوان مختلفة من المعلومات والتسلية ، محاولة من خلالها أن ترضى اذواق قطاعات كثيرة من القراء .

# نظام تخطيط اصـــــدار مجلة

المجلة بالنسبة للمحرر الصحفى هى : مضمون صحفى متخصص – فى حالة المجلة المتخصصة – وعام منوع فى حالة المجلة العامة – يترجم ويعبر بسرعة عنه فى قوالب أو أشكال فنية أو صحفيه ، قد تكون قصة خبرية ، أومقالا افتتاحيا ، أو دراسة صحفية ، أو ربما شكلا كاريكاتوريا ساخرا .

وهى فى نظر المخرج الصحفى : مجموعة من الصفحات ، لها غلاف ، وقائمة محتويات وتبويب معين ، يشمل فى داخله صفحات تضم كل منها عنوانا ومقدمة ومتنا وصورا ورسوما ومساحات بيضاء وألوان .

أما بالنسبة للطابع : فهى عبارة عن سطح طابع وحبر وورق موضوع بعناية ونظام معين على اسطوانات تدار بشكل يختلف حسب نوع الطباعة .

وبالنسبة لرجل الادارة أو المنظم المجلة هى : « مشروع اقتصادى ذو طبيعة خاصة » – يمليها هدف الاصدار وهو أداء هدف أو دور اعلامى الى جانب تحقيق الربح – ، اى انها فكرة معينة قابلة للتطبيق لتحقيق أهداف معينة بأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن ، أو هى موارد نادرة يجب تخصيصها بطريقة مثالية لتحقيق الاهداف بأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن .

لذلك نجد أن مشروع اصدار مجلة جديدة أو تعديل خطة مجلة قائمة هو عبارة عن مجموعة من الانشطة المتشابكة المترابطة التى تهدف الى استغلال الموارد المتاحة بشريا واقتصاديا وتكنولوجيا للحصول على منافع معينة ، أى أن مجموعة من أنشطة تنفق عليها أموال معينة ومجموعة من البشر يعملون فى علاقات ترابط معينة لانجاز أهداف مشتركه ، ويتم فيه عمليات تخطيطية وتمويلية وتنفيذية وله نقطة بداية ونقطة نهاية وذلك بغية تحقيق هدف محدد فى النهاية .

وتأسيسا على ما سبق يمكن أعتبار عملية التخطيط لاصدار مجلة شكل من اشكال تخطيط المشروعات يشترك فيها كل أطراف انتاج المجلة : من محررين الى طابعين الى فنيين ، الى رجال ادارة وتنظيم ، وذلك بحكم طبيعة المجلة كمشروع اقتصادى صناعى ذو طبيعة اعلامية .

ويهيمن على عملية التخطيط لاصدار المجله رجال الادارة الصحفية، وعملية التخطيط هذه فى جوهرها لا تخرج عن كونها عملية منظمة واعية لاختيار احسن الحلول الممكنة للوصول الى أهداف معينة أو بعبارة اخرى هى عملية ترتيب الاولويا تفى ضوء الامكانيات المادية والتكنولوجية والبشرية المتاحة والهدف فى النهاية هو الوصول الى الخطة الاساسية

للمشروع ـــ وهو هنا اصدار المجلة ـــ او وضع استرانيجية العمل ، اى وضع هذا التخطيط فى ضوء برنامج موقوت بمراحل وخطوات وتحديدزمانى ومكانى ، ويحدد الدكتور على رفاعة الانصارى اربعه عناصر رئيسيـــة تدخل فى تكوين استراتيجية العمل فى اى مشروع وهى :

| | |
|---|---|
| ماذا يحتمل عمـــــله | Whot might do |
| ماذا تستطيع عمله | Whot it could do |
| ماذا ترغ بفى عمله | What it Would do |
| ماذا يجب علينا عمله | What we Should do |

واذا نظرنا الى عملية التخطيط لاصدار المجلة كمشروع فى ضـــوء بحوث العمليات Operatior Rerearch نجدها تكون فى داخلهـــا نظاما او « مجموعة من العلاقات المرتبطة والاجزاء المتصلة ومتعلقاتها فى تفاعل متبادل ومتحد نحو هدف واحد » او « مجموعة من الاجزاء المرتبطة ببعضها البعض تمام الارتباط بحيث ان اى تغيير فى اى جزء لابد وان يؤثر فى باقى الاجزاء فلكل جزءهنا منطقه الخاص به والمنطق الخاص بكل جزء هو ان له دوره فى تحقيق الهدف النهائى ، فمنطق الاجزاء منطق تحقيق نتائج ، ومنطق الربط منطق تحقيق نتائج وليس مجرد تجميع تصورى أو اعتباطى.

وبتحليل عملية التخطيط لاصدار المجلة كنظام ، نجده نظاما مفتـــوحا يسمح بالاخذ والعطاء مع بيئته ، ولهذا النظام حدوده ، وكل ما هو خارجه يمثل وسط هذا النظام وبيئته (٢) .

وخلال الصفحات القادمة سنقوم بعمليـــة تحليل لنظـــام « التخطيط لاصدار المحلية » ،من خلال تحليل العلاقات المتبادلة بين اطرافه اوعناصره الثلاثة : وهى المدخلات gnputo ، والعمليه Pwcem ، ثم المخرجات او النتائج Outputo

فعملية التخطيط لاصدار المجلة تتضمن كنظام ثلاثة ابعاد او اطـــراف تشمل :

أولا : المعطيات او المدخلات gnput o وهى التحليـــل او الدراســـة التفصيلية لجدوى مشروع اصدار المجلة .

ثانيا : العملية Process ، أو التحـرك التنفيذى ، وتتضمن اتخـاذ مجموعة من القرارات الاساسية على المستـوى التخطيطى ، والتى تتعلق بالجوانب المختلفة للمشروع ، فاصدار المجلة يتضمن جوانب عدة : صحفية واقتصادية ، وفنية ، وقانونية ، وتنظيمية وبشرية أن عملية الاصدار تشكل نظاما جمعيا Macro ، يتكون بدوره من مجموعـة من النظم التحتيـة أو الفرعية Sulrrtoms أو النظم الصغيرة Micra ، وهذه العملية تنتهى بأن يصدر المخطط لاصدار المجلة ــ وهو هنا رجل الادارة الصحفية الذى يهيمن على عملية التخطيط كلها ــ مجموعة من القرارات على مستويات متعـددة وفى جوانب مختلفة تحريرية وفنية وبشرية وتنظيمية واقتصادية وأخيرا قانونية وذلك بعد دراسة البدائل المختلفة .

ثالثا : النتائج أو المخرجات Outputo وهى هنا الهدف أو النتيجـة النهائية المطلوبة ، وتتلخص فى وضع خطة أو جدول زمنى لتنفيذ المشروع .

وهدف الكاتب ــ هنا على المستوى النظرى الاكاديمى وفى هذا الجزء من الدراسة ــ هو محاولة التوصل الى مجموعة من المراحل أو المبادىء أو المعايير المترابطة المتناسقة مع بعضها البعض فى علاقاتها فى وضع محدد هو التخطيط لاصـدار مجلة ، يمكن أن تصبح فى المستقبل نظامـا تخطيطيـا Planniny Ayrtom يمكن تطبيقـه على أى منتج صحفى يراد اصـدار فى شكل مجلة .

## البعد الاول فى عملية التخطيط لاصدار مجلة

## التحليل او الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع

والهدف هو التحديد الدقيق والتفصيلي لجدوى مشروع اسدار المجلة من الناحية التسويقية والفنية والاقتصادية والصحفية،والمقارنة بين البدائل المختلفة التى يمكن أن ينفذ بها المشروع .

وهذه البدائل قد تكون بدائل تحريرية اى فى اسلوب تحرير المجلة او مظهريه ، فى اسلوب الاخراج والقطع ، او بدائل تكنولوجية اى فى طريقة الانتاج ، أو فى نوعية المعدات ، او بدائل فى موقع الانتاج او فى نوعية المواد الاولية المستخدمة أو فى مصادر الحصول عليها .

وهنا يحتاج الامر الى تكاتف جهود اكثر من تخصص أثناء هذه الدراسة التى تتم فى اطار الخطة العامة لانشاء المجلة ويشارك فيها خبراء من اكثر من تخصص بينهم الصحفى والادارى والاقتصادى والمحاسب والمهندس ورجل الاعلان ورجل التوزيع اى أن الامر يتطلب تكوين مجموعة عمل او فريق خبراء يراسهم مدير المشروع .

**وتشمل الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع الجوانب التالية (٣):**

(١) تحديد مواصفات المنتج ( المجلة ) المزمع انتاجها ( اسدارها ) .

(٢) جمع معلومات من السوق وتشمل :

— معلومات عن حجم الطلب الداخلى والخارجى على المجلات الموجودة فى السوق الآن ، التى تصدر وقت اعداد الدراسة ، اى دراسة أرقام التوزيع .

— معلومات عن حجم الانتاج الحالى والمستقبلى ( عدد المجلات الموجودة والمشروعات المعلن عنها لانشاء مجلات فى المستقبل ) .

— معلومات عن الاسعار المحلية والعالمية ( اسعار المجلات المصرية مثلا والعربية والاجنبية داخل البلد الذى ستصدر فيه المجلة وخارجه ) .

— التنبؤ بالطلب فى المستقبل ( تقدير الرقم المحتمل للتوزيع ) .

— تحديد حجم انتاج المشروع المزمع انشاؤه ( رقم المطبوع من النسخ فى أول عدد ) .

— تحديد الخطوات اللازمة لكيفية الدخول فى السوق الحالى مع توضيح سياسات التوزيع والاسعار المتوقعة ونظم البيع .

**(٣) جمع معلومات عن النواحى الفنية :**

— الطاقة العادية للمصنع ( وهو فى المجلة : الأقسام الفنية : الجمع — التوضيب — ورش الحفر — صالات المونتاج — الرتوش — التصوير — المطابع — التجلية ) والطاقة العظمى ، والتخطيط الداخلى لهذه الاقسام الفنية .

— طريقة الطبع وخطواته ، والماكينات والمعدات اللازمة .

— العمالة المطلوب اعدادها ومستوياتها بما فيها الادارة ( المحررون — المندوبون — رجال الاعلان — التوزيع — عمال المطابع — الجمع — الحفر — الرتوش ...... الخ ) .

**(٤) متطلبات العملية الانتاجية :**

— المواد الاولية ، والطاقة المحركة ( مياه — بخار — كهرباء ) .

— قطع الغيار ومصادرها .

— أسلوب الانتاج وخصائصه المختلفة .

— المنتجات الجانبية واستخدامها ( الورق الدشت ... كيف يتم التصرف فيه على سبيل المثال ؟ ) .

**(٥) الانشاء :**

— وضع العمليات الرئيسية اللازمة فى جداول زمنية .

— وضع خطة تعيين العمال والموظفين وتدريبهم .

— المعرفة الفنية المطلوبة وكيفية الحصول عليها .

**(٦) الموقع :**

— تحديد الموقع المناسب لانشاء المجلة مع ذكر الخصائص التى توفرت فى الموقع الذى تم اختياره .

**(٧) معلومات مالية واقتصادية :**

أ ــ قيمة المبيعات السنوية المتوقعة ( التوزيع ) الخارجى .

ب ــ مصروفات التشغيل : وتشمل المداو الاولية ، والعماله ، وفوائد الايجار والضرائب .

جـ ــ الربح قبل الضرائب : ويشمل الاحوال الثابتة وراس المال العامل ومصروفات أخرى .

ء ــ الهيكل المالى المقترح : ويشمل حقوق الملكية ، وتسهيلات الموردين والقروض والتدفق النقدى .

و ــ تحديد الربحية Profitability التجارية : وتتضمن دراسة نقطة التعادل والعائد على راس المال الكلى ، العائد على حقوق الملكية ، صافى القيمة الحالية للعائد ، معدل الفاقد الداخلى ، وفترة الاسترداد .

هـ ــ الربحية الاقتصادية : وتشمل تحليل التكلفة والعائد للمشروع وتحليل القيمة المضافة المباشرة ، وتأثير المشروع على هيكل الاجور وكذلك تحليلا لتكلفة والعائد الاجتماعى للمشروع .

**(٨) اعادة تقويم التكاليف فى ضوء الاسعار الحقيقية :**

وهكذا يتم تقويم فكرة مشروع اصدار المجلة، ودراسة الجدول الاقتصادية والفنية والتسويقية والمالية ، ومن ثم تعريف العمليات وتحديد مستلزمات الاعمال inputs ( أو المدخلات ) ومصادرها البديلة sources ونتائجها outputs ( أو المخرجات ) واستخداماتها uses . ثم مقارنة المصادر والاستخدامات والمدخلات والمستلزمات بالنتائج ، بما يحقق قدرا من الرقابة على الضياع والاسراف وتحسين الكفاءة للتشغيل ، واخيرا قياس التفاعلات بين المشروع والظروف المحيطه به واعتباره خلية اقتصادية اجتماعية من خلايا المجتمع(٤) .

## البعد الثانى : فى عملية التخطيط لاصدار مجلة
## اتخاذ القرارات الاساسية التى تتعلق بالجوانب المختلفة للمشروع

### اولا : قرارات على المستوى التحـــريرى

وهى قرارات يتخذها المخطط لانشاء المجلة ، وتتحكم ـــ بعد ذلك ـــ فى اسلوب تصوير المجلة ، وتعد بمثابة الدستور الدائم او المرشد الذى يوجه عمل محرريها بدءا من رئيس التحرير حتى أحدث مندوب او محرر يدخـــل المجلة وتتعلق بجانبين : اختيار صيغة المجلة Magazine formula
وضع السياسة التحررية الاساسية Basic editoial policy

### (١) اختيار صيغة المجلة

اى تخطيط لاصدار مجلة ، ينبغى أن يكون فى اطار « صيغه » محددة، ويمكن تعريف الصيغة formula بانها : ذلك التصور المنظم للمجلة الذى يوضع بواسطة المسئولين عنها ، ويترجـــم الى مادة مكتوبة ومصـــورة ، ورسوم وافكار اعلانية ، وكـــل ناشرى المجـــلات يسيرون شعـــوريا او لاشعوريا على صيغة (٥) .

وكلما كانت المجلة ناجحة ومنظمة ومعدة بشكل جيد دل ذلك على أنها مونلفة على اساس صيغة محددة ، وهذا التصوير يكون جزءا من عمليـــة تجارية علمية ، وقد يكون هذا التصور ناضجا أو غير ناضج ، تقدميـــا أو متخلفا ، ولكنه يعتمد على الهدف المختار أو فاعليته فى تحقيق هذا الهدف ، وتاسيسا على ما تقدم نجد انه على المجلة ادارة وتحريرا قبل أن تبـــدأ فى شراء الموضوعات التحريريه من ( المصاحفين ) الـــكتاب الخـــارجيين ، أو تكليف محرريها بمهام ، أو التخطيط العام للبظور التيبوغرافى أنتحدد الصيغة التى سوف تسير عليها . وكلما كانت الصيغة أكثر أصالة ولكن بشعبيـــة كانت المجلة أنجح من الناحية التسويقية (التوزيع) ، ولكن الصيغة الاصلية قد لا تكون شعبية ، ولهذا قد لا تنجح بسبب عدم استعداد الطابع لترجمة هذءا لصيغة بشكل جيد الى مطبوع لاسباب تتعلق بآلات الطباعة أو النفقات ويحدد عميد أساتذة فن المجلة فى الولايات المتحدة الامريكية رونالدى ولسلى عدة صيغ للمجلة ـــ ثبت نجاحها واصبحت قاعدة تسير عليها معظم المجلات فى الولايات المتحدة وهى صيغة الـــ Reader's digest وصيغه الـــ Time وصيغة الـــ T.V. guide وصيغة life (٦) وقد ثبت نجاح هذه الصيغ واصبحت قاعدة تسير عليها معظـــم المجـــلات ليس فى الولايات المتحـــدة وحدها ، بل فى العالم كله .

#### ا ـــ صيغة الـــ Reader's Digest

وتعود الى مجلة الـــ Reader's Digest الامريكية التى صدرت فى فبراير عام ١٩١٢ على يد دى . ويت . والاس وزوجته ليلا ا سيشون .

وكانت فكرة اصدارها تقوم على اساس « ان الناس يريدون ان يعلمـوا بشكل جيد وان يحصلوا على المعلومات ، ولكن ليس لكل قارئ الوقت او النقود التى تمكنه من الجرى وراء المادة ذات الاهتمام الدائم فى بطون مئات المجلات التى تصدر شهريا .

وكانت خطة دى . ويت . والاس وليلا ا سيشون تتركز فى البحث عن المقالات ذات القيمة وتركيزها — بعد هضمها — للقـراءة الجيـدة ، وجمعها فى مطبوع يمكن حمله فى اليد والاحتفاظ به ووضعـه فى الجيب ، وبعد تجارب وتجارب كبيرة صدر العـدد الاول فى ٥ آلاف نسخـة ، فى حجم الجيب، .

كانت المجلة فى البداية موجهة الى المراة ، بعد ذلك اضافا الرجال الى جمهورها ، ثم تطورت بعد ذلك حتى وصلت الى الصيغة التى جعلت الـ واحدة من انجح المجلات فى التاريخ ، وحددت المجلة معايير ثلاثة لاختيار موضوعاتها :

الاول : القابلية للتطبيق Applicability وهى ان يشعر القارئ ان الموضوع يعنيه ويمكن ان يفيده فى حياته العملية .

والثانى : الاهتمام الدائم Lasting interest وتعنى أن المقال المنشور ينبغى أن يستحق القراءة لعام قادم .

والثالث البنائية Constructivism التى قادت المجلة الى ان تقوم جانبا بالمقالات التى تعكس الهزيمـة ، وتعنى فقط بالمقالات التى تمتلئ بالتفاؤل والنجاح والاعمال الطيبة (٧) .

ونجحت المجلة نجاحا مذهلا محليا وعالميا ، استمر حتى اليوم ، وفى عام ١٩٥٨ كانت تصدر ٣٠ طبعة فى ١٣ لغة ، للتوزيع فى اكثر من ١٠٠ دولة ، طبعات انجليزية مختلفة لكل من الولايات المتحدة ، بريطانيا العظمى وكندا واستراليا ونيوزيلندا ، ودول اخرى فى الكومنولث البريطانى ، وكان لها أيضا طبعات مختلفة باللغة الفرنسية : لفرنسا وبلجيـكا وسويسرا وكندا .

والطبعات الباقية باللغات : الاسبانيـة والبرتغاليـة والسويدية والفنلندية والهولندية والدنماركية والنرويجية والعربية والالمانيـة التى كانت توزع طبعاتها فى ٥٨ عاصمة ، والايطالية فى ٨٦ عاصمة ، والاسبانية فى ٧١ عاصمة ، وكان توزيعها الكلى عام ١٩٥٨ ( حاملا توزيع ما وراء البحار ) يبلغ ٨ر٨ مليون نسخة شهريا .

وكل طبعة من الطبعات الخارجية نجـد فى عنوانهـا : الـكلمات « مختارات » من الـ Reader's Digest أو ما يعادلها ، ول مقال يظهر فى هذه الطبعات ، يكون قد ظهر أولا فى طبعـة أخيرة أو ماضية من الـ Reader's Digest الام التى تصدر فى الولايات المتحدة الامريكيـة[٩] ، ولكن ليس كل مقال يطبع فى المجلة الام يعاد نشره فى الطبعات الخارجية وقد اصبحت هذه المرونة فى المحتويات واحدة من المزايا التى تتسم بهـا هذه المجلة وسرا من أسرار استمرار اتصالها الدائم بقرائها أو جمهورها العالمى .

وفى عام ١٩٦٨ ظهرت المجلة بـ ١٣ لغة ، وفى ٣٠ طبعة اساسية مختلفة ، و ٥١ طبعة محلية توزع أكثر من ٢٨ مليون نسخة شهريا من بينها ١٧ مليون نسخة فى الولايا تـالمتحة الامريكية (٨)

والجدول التالى يوضح توزيع مجلة الـ Reader's Digest

٢٨ر١٢٢ر٠٠٠ مليون نسخة* فى ١٣ لغة أو عنوان مختلف :

| اللغة | عنوان الطبعة | عدد الطبعات | رقم التوزيع |
|---|---|---|---|
| الفرنسية | Reader's Digest | ٨ | ٢٠ر٩٧٧ر٠٠٠ |
| الاسبانية | Selection du Reader's Digest | ٤ | ١ر٤٠٥ر٠٠٠ |
| | Selectione del Reader's Digest | ٦ | ١ر٣٩٥ر٠٠٠ |
| | Selecoes do Reader's Digest | ١ | ١ر٣٩٥ر٠٠٠ |
| | Das Beste aus Reader's Digest | ٦ | ٣٨٠ر٠٠٠ |
| | Het Best uit | ٢ | ٣٥٠ر٠٠٠ |
| | Selezione dal Reader's Digest | ١ | ٦٧٥ر٠٠٠ |
| الانجليزية | | | |
| الايطاطلية | Valitat palat koonnut | ١ | ١٦٥ر٠٠٠ |
| الفلندية | Reader's Digest | ١ | ١٧٥ر٠٠٠ |
| الدانماركية | Det Bedste fra Reader's Digest | ١ | ٢٠٠ر٠٠٠ |
| النرويجية | Det Beste fra Reader's Digest | ١ | ٣٥٥ر٠٠٠ |
| السويدية | Det Basta ur Reader' Digest | ١ | ١٥٠ر٠٠٠ |
| اليابانية | Reader's Digest | ١ | |
| الصينية | Reader's Digest | | |
| ١٣ مليون طبعة بـ ١٣ لغة* | | ٣٠ | ٢٨ر١٢٢ر٠٠٠ |

* مجموع لغات الفلمنج : هى اللغات التى يتحـدث سكان الدول الاسكندنافية .

ويعد نجاح هذه المجلة ظهر كثير من المقلدين لها ، فى الشكل العام وهو حجم الجيب Pocket size ، فى اسلوب التحرير والاختيار المضغوط لما ينشر فى المجلات ، ولكن التقليد انصب على الشكل فقط واسلوب التحرير ، مع الاختلاف فى المضمون الذى مال الى التخصص : مثل الـ Science Digest ، والـ Catholic Digest وبعد الحرب العالمية الثانية د Children's Digest, Book Digest, Omnilook, editorial كذلك صدر فى الاتحاد السوفيتى مجلة Sputnik وعشرات غيرها، بعضها توقف ، وما زال بعضها الاخر مستمر فى الصدور (٩) .

**٢ ـ صيغة الـ Time**

ادرك كل من هنرى لوس وبريتون هادن ان الامريكيين لا يريدون طرائف ومقالات فقط ، لكن يريدون ايضا اخبارا مركزة ، فى مطبوعات عديدة ، تقرأ فى قراءات مفصلة ، تحتوى على عرض عام لما حدث . وفى ٣٠ ديسمبر عام ١٩٢٢ صدر العدد الاول من مجلة ، كمحاولة لترجمة تصورهم هذا ، وتميز اسلوب تحرير المجلة بصياغة الاخبار بطريقة تجعل الاخبار الراكدة تبدو طازجة ، واضافا بعد ذلك تغطية اصيلة لكل حدث جديد(١٠) .

ونجحت المجلة ونجحت الصيغة التى قامت عليها ، واصبحت قاعدة فى عالم المجلات ، وظهر المقلدون لها ، فتوماس جون كاردل مارتين محرر الشئون الخارجية الاول لمجلة Time استقال منها ، واسس على النمط نفسه مجلة News Week عام ١٩٣٧ وكان لها حجم الـ Time نفسه وقسمت الاخبار الى اقسام مشابهة،وكانت تغطيتها اكثر موضوعية، ونشرت اعمدة عديدة موقعة ، كما صدرت بعض المجلات الاخبارية News Magazines الاخرى المشابهة مثل مجلة U.S. News and World Report, Business Week

وحاولت هذه المجلات أن تجدد فى هذه الصيغة ـ صيغة المجلة الاخبارية ـ التى حددتها الـ Time لنفسها ، لتعطى لها شخصية مميزة ، عن طريق تغطية انواع معينة من الاحداث ، وعدم ابراز تقسيم المجلة الى أبواب أو أجزاء Departmentalization ، ونشر الموضوعات الطويلة العميقة ، وتجنب كل من News Week و U.S. News and World Report أن تحرر الاخبار بطريقة مشابهة لتحرير مجلة الـ Time (١١) .

**٢ ـ صيغة الـ T.V. Guide :**

فى عام ١٩٤٨ أسس لى وينجز مجلة الـ T.V. Guide مستهدفا بها جمهور مدينة نيويورك ، ولكنها وزعت بعد ذلك على الصعيد القومى ، وبعد أقل من عامين من انتقال ملكيتها الى والتر ـ عام ١٩٥٣ ـ اصبح لها ٢٧ طبعة مختلفة وبتوزيع تعدى المليونى نسخة .

وفى عام ١٩٦٢ أعلنت انها المجلة الاسبوعية الاولى التى تحقق توزيعها يبلغ ٨ مليون نسخة وزادت طبعاتها الاقليمية الى ٧٠ طبعة(١٢).
وقد استفاد محرروا الـ T.V. Guide من الانتشار السريع للتليفزيون فى المنزل الامريكى ، ووصل توزيعها عام ١٩٦٧ الى ١٣ مليون نسخة ، على الرغم من ان محتواها الاساسى كان برامج التليفزيون الا ان رؤساء تحريرها وجدوا أنه ينبغى اعطاء القراء محتوى آخر غير البرامج بضم الفكاهة والمقالات والتحقيقات والصور والرسائل والافتتاحيات وأخبار النجوم ، والمواد الشارحة واكثر من ذلك كان عليهم ان يجعلوا المحتوى الاساسى للمجلة متنوعا وينشروا نسخا كثيرة منها بقدر ما يستطيعون (١٣) .

ونجحت هذه الصيغة بشكل كبير ، حتى بعد أن نشرت معظم الجرائد ابوابا مشابهة للاذاعة والتليفزيون فى اعدادها اليومية او ملاحقها الاسبوعية . فعلى الاقل هناك حوالى ١٢ مجلة تقوم على الصيغة نفسها لمجلة الـ T.V. Guide فى نشرها لقوائم برامج التليفزيون ، ومقالات عن الشخصيات التليفزيونية ، التى انطلقت فى نهاية الأربعينيات وبداية الخمسينات أذكر منها :
T.V. Show Parade, T.V. fore cast و T.V. Index و T.V. Prevue
T.V. fan و T.V. People وغيرها (١٤) .

## ٤ ــ صيغة الـ Life :

وادرك هنرى لوس ، احد مؤسسى مجلة Time ، انه بالاضافة الى ما سبق أن الامريكيين يحبون صفحات الصور فى الجرائد ، والى جانب القصص الاخبارية والاستطلاعات المصورة ، لذلك قرر أن ينشىء مجلة تقدم شرحا أو تلخيصا مصورا للاخبار A Picture digest of the news وبعد عدة تجارب ودراسات اختار للمجلة اسما هو Life دفع قيمه ٥٠ الف دولار ، لورثة مجلة فكاهية راحلة كان لها هذا الاسم نفسه . كذلك اختار الحجم الاكبر ليكون اكثر تأثيرا فى عرض الصور ، واصدر هنرى لوس مجلة Life عام ١٩٣٦ ، وتركزت الاشكال الصحفية فيها فى ثلاثة : الموضوعات المصورة feature pictures والمقالات المردية illustrated long range material
الطويلة narrative Pictures ثم اصدار لوس بعد ذلك مجلة Sports Illustrated عام ١٩٠٤ بنفس الصيغة ، ولكن بتخصص أدق .

وكتنويع لصيغة Life صدرت مجلة Look عام ١٩٣٧ ، فقد خططت المجلتان للصدور معا ، وكان هنرى لوس أحد ــ المستثمرين فى مجلة Look التى اعتقد ناشرها جارديزكوك أنهما غير متنافستين ، على

الرغم من أن كليهما كان يؤمن بأهمية الصورة ، ولكن المجلتين اختلفا فى أسلوب الصورة ومغزاها وتوظيفها .

فصاحب مجلة Life ، هنرى لوس ، فضل الصور التى تنتقل اخبارا أو معلومات بينما فضل صاحب Look الصور الجمالية الجيدة من حيث المظهر والالوان .

وطبعت Life ، التى صدرت اسبوعيا ، على ورق رخيص بطريقة الطباعة الغائرة وابرزت الاخبار والمجالات المتنوعة : كالفنون والثقافة والعلوم وخاصة الافكار الموسمية .

أما Look فقد صدرت فى البداية شهرية ، وبعد أربعة أعداد أصبحت أسبوعية ، وطبعت بطريقة ، نفسها وحرصت على نشر ٤ — دراسة درجة التغطية الجغرافية التى تحققها المجلة أو المجلات الصور المثيرة والمشرقة وصور الشخصيات والبيئة بما فيها من حيوانات وأماكن وبلاد عديدة ، وكذلك الازياء واستعملت الصور فى ابواب الالغاز والمسابقات . وعلى غرارها صدرت مجلة Ebony بعد ذلك (١٥) .

كانت هذه هى صيغ المجلة التى استقرت وعاشت ، والى جانبها نجد صيغا اخرى لم تعش كما فى حالة مجلة The Etude ، التى استمرت لما يقرب من ٧٥ سنة كانت فيها مجلة ناجحة لمدرسى الموسيقى وطلابها ، بمثابة دروس خاصة ، وافادت دارس الموسيقى فى المدارس والمعاهد والاكاديميات ولكن محتوياتها لم تتكيف بشكل كاف مع ظروف البيئة الجديدة ، كما نجد صيغا أخرى لم تعش بسبب التقليد الحر فى الصيغ قديمة راسخة لان السوق لا يحتمل مجلتين متشابهتين بالشكل نفسه مثل مجلة U.S.A. One المخصصة لتفسير الاخبار التى تشابهت مع مجلة Ploybov ، ومجلة Better Living التى سعت للتنافس مع مجلة Family Cricle ، وكذلك مجلة Every woman التى سعت للتنافس مع مجلة Woman's Day ، لذلك فشلت Every woman واندمجت Better Living بعد فترة مع Family cicle

وفى نهاية الخمسينات وبداية الستينات ظهر ان الفشل فى تكييف بعض صيغ — المجلة — مع الزمن قد تسبب فى وضع نهاية لثلاث من اشهر واعظم المجلات التى أصدرتها دار النشر الامريكية
CCurtis Publishing Company و America Home و The Sundey Post
Ladies Home Journal

ونهاية هذه المجلات الثلاث لم تكن بسبب « اقتناص » التليفزيون لاعلاناتها ومن ثم فقدانها موردا أساسيا لها ، لكن الذى عجل بالنهاية هو

المنافسة مع الصيغ الاصلية التى ــ قلدتها مثل
Better Homes annd Gardens, M.C., Calls
مع عصر التليفزيون .

واضطرت دار Curtis Publishing Company الى أن تغير فى صيغ مجلاتها فى تحريرها واسلوب اخراجها وحتى فى الاعلانات المنشورة بها ، مما جعل القراء يضجون بالشكوى والانتقاد ، فادخلت تغييرات أخرى فى المظهر والمحتوى مرة ثانية ، واصبحت أكثر محافظة ، وبدات محاولات كثيرة للانقاذ مثل : تخفيض عدد العاملين وتخفيض عدد النسخ المطبوعة ، حتى كانت نهاية المجلات الثلاث فى يناير عام ١٩٦٩ (١٦) .

كانت هذه هى صيغ المجلة الاربع التى وضعها رونالد . ى . ولسلى ــ بالنسبة للمجلة العامة وعاشت وازدهرت كصيغ أصلية مع بعض النماذج للصيغ الاخرى التى لم تعش بسبب عدم اصالتها أو ميلها للنقل الحرفى .

**نحو « صيغ » عربية للمجلة ؟**

خلال ما يزيد على قرن ونصف مرت على الصحافة المصرية ــ والعربية ــ ، منذ صدور العدد الاول من الوقائع المصرية عام ١٨٢٨ حتى الآن ، هل اتضحت « صيغ » محددة ناجحة ومميزة واصيلة ، ثبت نجاحها بحيث يمكن الاعتماد عليها لاصدار اى مجلة ــ بشكل عام ــ ومجلة عامة ــ لانها موضوع الدراسة هنا ــ على وجه خاص ؟

استطيع أن اقول انه خلال عمر الصحافة العربية ، اذا تتبعنا تاريخ المجلة تحريراً واخراجا ومضمونا ، يمكن ان نضع ايدينا على أربع صيغ رئيسية ، تستطيع أن تقف فى مقابل الصيغ الاربع الرئيسيسية التى توصل اليها خبير المجلات واستاذ الصحافة الامريكى رونالد . ى . ولسلى .

**والصيغ «العربية» الاربع للمجلة ــ من وجهة نظرى ــ التى يمكن ان يسير عليها اى مخطط لاصدار مجلة عامة فى العالم العربى هى :**

**١ ــ صيغة : « الحوادث » :**

**وهى مجلة لبنانية من القطع الكبير اسسها لطف الله خلف عام ١٩١١ ، ولكنها برزت فى الستينات والسبعينات كمجلة سياسية عندما تولى رئاسة تحريرها سليم اللوزى** ، تتميز صيغتها الصحفية بالجمع بين الحصول على السبق الاخبارى والتغطية الاخبارية المتعمقة التى تعتمد على شبكة كبيرة من المراسلين فى العالم العربى والخارجى الى جانب

المقال السياسى التحليلى العميق ، بالاضافة الى الابواب الثابتة المتخصصة المنوعة فى مضمونها .

اى انها مجلة اخبارية سياسية ، وعلى هذه الصيغة نفسها نجد كثيرا من المجلات الجديدة ، أو نجد بعض المجلات القديمة تجدد من صيغها لتناسب هذه الصيغة أو تتخذها مثل : « اليقظة » الكويتية و « المجاهد » الجزائرية و « بيروت المساء » و « الاسبوع العربى » و « الديار » اللبنانية واخيرا « اكتوبر » المصرية .

**٢ ــ صيغة « روز اليوسف » :**

**ترجع الى مجلة « روزاليوسف » التى انشأتها السيدة : فاطمة اليوسف الشهيرة بروزاليوسف عام ١٩٣٥** ، معتمدة على المقال السياسى النقدى الساخر والحملات الصحفية اللاذعة ، التى توظف كل فنون التحرير الصحفى من أجل هد فمحدد ، وتصاحب هذه الموضوعات الرسوم النقدية والساخرة كبديل عن الصور الفوتوغرافية ، وعلى نهجها سارت مجلات عربية كثيرة أبرزها « الصياد » التى اسسها سعيد فريحة عام ١٩٤١ .

**٣ ــ صيغة « المصور » :**

وتعود الى مجلة المصور التى اسسها عام ١٩٢٤ الاخوان اميل وشكرى زيدان ــ ابنا مؤسسى دار الهلال جورجى زيدان ــ ، كمجلة سياسية اجتماعية مصورة ، تعتمد على التحقيقات المصورة ، التى تعتبر الصورة فيها هى الاساس ويأتى المتن بعد ذلك عاملا مساعدا .

واشتهرت المصور بصورها الفوتوغرافية ، النقدية السياسية خلال الثلاثينات والاربعينات ، وعلى غرارها أو بصفتها نفسها سارت مجلة آخر ساعة عام ١٩٤٤ ، بعد انتقال ملكيتها الى مصطفى امين وعلى امين، من مؤسسها محمد التابعى ، الذى اصدرها عام ١٩٣٤ متخذة صيغة روزاليوسف ــ الذى بدأ كاتبا بها ــ ولكن مصطفى أمين وعلى أمين ، جعلاها مجلة اجتماعية سياسية مصورة على غرار الامريكيتين ، والمصور المصرية .

**٤ ــ صيغة « الهلال » :**

الهلال اقدم مجلة مصرية تصدر حتى الآن ، اسسها جورجى زيدان عام ١٨٩٢ بعد تأسيسه دار الهلال فى العام نفسه ، وعمرت بالمقالات التى تتناول نواحى اجتماعية وأخلاقية وفلسفية وعلمية وتصف اشهر

الحوادث عدا الابواب ، التى تروى فيها اخبار العلم والصناعة وتاريخ الشرق ، وتدبير المنزل ، والتقريظ والانتقاد والمطبوعات الحديثة ، وكان من أهم أبوابها عظماء الرجال منوعة فيه بين المفكرين والادباء والفنانين والساسة شرقيين وغربيين ، وغالبا ما كانت تردف المترجم بمقـــال فى موضوع شهرته ، فاميل زولا يتبعه مقال عن تاريخ الروايات وأصلها ، وعبده الحامولى يتبعه مقال عن الموسيقى العربية (١٧) .

أى انها كانت مجلة ثقافية ـــ بالمفهوم الشامل للثقافة ـــ خـــزانة للمعارف والفنون والآداب ، المكتوبة والمبسطة بشكل ادبى فى البـــداية يلائم اسلوب الصحافة وقت صدورها ، ثم تطور هذا الاسلوب بتطـــور الصحافة .

وبالصيغة نفسها ـــ وبتعديلات طفيفة ـــ صدرت عشرات المجلات الثقافية ، « كالثقافة » لاحمد أمين ، و « الرســـالة » لاحمد الـــزيات ، و « العربى » الكويتية التى رأس تحريرها الدكتـــور احمـــد زكى الملقب بشيخ العروبة ، و « الدوحة » القطرية ، و « الثقافة » المصريةلعبدالعزيز الدسوقى ، و « الفيصل » السعودية ، و « الفكر » التونسية .. وغيرها

## كيف نحدد او نختار صيغة المجلة ؟

بعد الاطلاع على الصيغ المختلفة للمجلة عالميا وعربيا ومحليـــا ، يمكن للشخص أو الهيئة أو المجموعة التى تقوم بالتخطيط لاصدار مجلة جديدة أن يهتدى او يحدد أو يختار صيغة مناسبة لها ، من خلال دراسة عدد من المتغيرات الاساسية المختلفة فى أبعادها والمرتبطة جميعها بعملية اصدار المجلة وهى :

**أولا : غرض المجلة من الصدور** : أو لماذا يجب أن تصدر ؟ هل بغـــرض تحقيق ربح مادى لناشرها ، عن طريق جلب اعلانات جيدة ورقم توزيع مرتفع ، أم خدمة قرائها وتقديم مضمون صحفى جيد ، سواء كان محايدا ، أم لخدمة جهة سياسية معينة ، أو حزب سياسى ، أو منظمة معينـــة ، وغيرها من الاسباب والدوافع ، وغالبا ما تكون الدوافع ممتزجة ، ولكنها فى النهاية ـــ بعد تحديدها ـــ تلعب دورا هاما فى تحديد صيغة المجلة .

**ثانيا : سوق المجلة** : أو المجال الاقتصادى الذى تصدر فيه المجلة ، فمجلة تصدر فى مجتمع يعتمد على أسلوب الاقتصاد الحر ( الرأسمالى ) ، تختلف فى أسلوب التخطيط لها والاصدار عن مجلة تصدر فى مجتمع يعتمد على أسلوب الاقتصاد الموجه ، وكذلك الى جانب النظام الاقتصادى نجد المستوى للمجتمع الذى تصدر فيه المجلة يؤثر ، وهنا يمكن الاستفادة من بحوث التسويق Market Research

**ثالثا : الصيغ الموجودة والمتميزة** على المخطط لاصدار المجلة أن يقوم بدراسة مقارنة على المجلات القائمة من حيث الصيغ الصحفية Formulas التى تتبعها وهل نجحت؟ والى اىدرجة ، من الناحية الفنية والجماهيرية،

يمكن معرفة ذلك عن طريق دراسة ارقام توزيع هذه المجلات ويتم الحصول عليها من مكاتب التحقق من الانتشار A.B.C ، ومن ادلة التوزيع والاعلان التى تصدرها المجلات او مراكز بحوث ودراسات السوق، وكذلك دراسات واستطلاعات القراء .

**رابعا : الافق الاقتصادى التمويلى :** الوضع الاقتصادى للمجلة الآن وفى المستقبل ، فميزانية المجلة ومواردها الحالية والمستقبلية تؤثر نظرتها الصحفية وتخطيطها وصيغتها الاساسية (١٩) .

**خامسا : المجلات المنافسة :** على المخطط لاصدار المجلة ، أن يتعرف على المجلات المنافسة ، ويقوم بدراسة كاملة لها من حيث الفن الصحفى بكل جوانبه من تحرير بأبعاده الاربعة المحرر والمضمون والشكل الصحفى والعادى ، والاخراج والطباعة ، والاعلان والتوزيع ، والادارة (٢٠)

ويمكن للمخطط لاصدار المجلة الاستفادة بدراسات « مع وسائل الاعلام » وهى نوع الدراسات التى تستهدف التعرف على شخصية وسائل الاعلام من الجوانب المختلفة ويمكن أن تغطى الجوانب التالية التى توفر للمخطط معلومات مفصلة عن :

١ ــ ارقام التوزيع الخاصة بكل مجلة ، وتطورها ، وتقسيماتها المختلفة من ناحية الثوزيع الجغرافى والاقليمى .

٢ ــ متوسط عدد قراء النسخة الواحدة من كل مجلة ، ودراسة هذه المتوسطات تاريخيا ، ومن الناحية الجغرافية والاقليمية .

٣ ــ دراسة معدلات التداخل والازدواج بين الوسائل الاعلامية التى تصل الى قارىء المجلة بعضها البعض .

دراسة درجة التغطية الجغرافية التى تحققها المجلة موضع الدراسة فى الداخل والخارج .

٥ ــ دراسة الجوانب الفنية والانتاجية والتكنولوجية فى المجلة او المجلات موضع الدراسة ، ومدى الاستفادة من هذه الجوانب فى تحرير واخراج المواد الصحفية المختلفة وطباعتها فى المجلة .

٦ ــ دراسة الجو النفسى الذى تهيئه المجلة او المجلات موضع الدراسة، مما يؤدى الى تقبل الافكار والمعلومات والاتجاهات التى تتضمنها المادة الاعلامية المنشورة .

٧ ــ دراسة مدى التــأثير العقلى والوجدانى الذى تحــدثه المجلة او المجلات موضع الدراسة لدى جمهور القراء ، والناشىء عن تكوين صورة ذهنية معينة لدى الجمهور عن هذه الوسيلة .

وتفيد مثل هذه الدراسات المسحية المخطط لاصدار المجلة فى التعرف على شخصية المجلة او المجلات موضع الدراسة ، ودراستها من جوانب متعددة ، كما تفيد المعلنين فى اختيار افضل الوسائل الممكنة لنشر اعلاناتهم بها (٢١) .

**سادسا :الجمهور المرتقب :** على المخطط لاصدار المجلة اذا اراد ان يحقق غرضه الاساسى وهو اصدار مجلة تتفق مع اهتمامات جمهوره ، وتؤثر فيهم بالشكل الذى خطط له ، ان يحدد اولا وقبل كل شىء جمهوره ، ويتفهم احتياجاته ومصالحه وتطلعاته ، ثم يحــاول ربط رسالتــه الاتصاليةاو انتاجه الاعلامىوهو هنا المجلةباحتياجات جمهورهوخصائصه، ذلك انه ما لم يفكر المخطط لاصدار المجلة وكذلك كل العاملين فى المجلة فى كل جوانب الفن الصحفى بها بعقلية الشخص او الاشخاص الذين يحاول التأثير فيهم فرسالته لن تغلغل فيهم ، ويصب نتاجه خارج الاطار المطلوب بعيدا عن تفكير جمهوره ومفاهيمه وعاداته الاتصــالية ومخــالفا لآماله ومخاوفه (٢٢) .

ويتسم جمهور المجلة بشكل عام ، بانه محدد ومتخصص فى جماعات معينة فكرية ، او عرقية ، أو عمرية ، حسب تخصص المجلات ، بعكس جمهور الجرائد العام ، ويترتب على ذلك نوع من التجانس بين افراده مما يسهل مهمة المحرر فى تحديد هدفه ، أى انه جمهور منتقى ويقــرأ المجلة على مهل at lairusc لفترة قد تمتد اسبوعا فى حالة المجلة الاسبوعية ــ مثلا ــ لذلك نجده يهتم بأسلوب الكاتب وروحه ومذاق كلماته الى جانب فكرة موضوعة ، أى أنه يهتم بالشكل الى جانب الموضوع أو المضمون ، ويرى البعض أن جمهور المجلة ، يكون أكثر تخصصا من جمهور الجريدة فى مجال معين ، وأكثر ثقافة ، ويرى هؤلاء أن ثقافة جمهور الجرائد اليومية أفقية ، فى حين أن ثقافة جمهور المجلة رأسية متعمقة .

وعلى المخطط لاصدار المجلة ان يتعرف على جمهور قرائه المرتقبين من حيث : المستوى الاقتصادى او الوضع الاقتصادى للقراء كمشتريين للمجلة ، وللمنتجات المعلن عنها فيها ، أو للمساحة المباعة للاستغــلال الاعلانى ، وكذلك المستو ىالتعليمى لهؤلاء القراء ، ومواقفهم ، ومنــاخ الراى داخل هذا الجمهور : أو مزاجه بشكل عام لاى فــكرة جديدة من الممكن أن يستجيب ، ومدى قبوله للجديد من عدمه .

وفى هذا الصدد يمكن الاستفادة ، من بحوث القراء Reader's Research أو بحوث جمهور وسائل الاتصال Audience Research التى يمكن تعريفها بأنها : « دراسة الاشخاص الذين يشترون ويقرأون المجلات ، أو الذين تتوجه اليهم المجلات ، وتهتم هذه البحوث بانتقاء القراء لمجلات معينة ، وردود فعلهم تجاه محتوى هذه المجلات ، ووقت ومكان شراء هذه المجلات ، وسمات هؤلاء القراء من حيث السن والجنس ودرجة التعليم ، والمستوى الوظيفى ، وسمات أخرى .

وهناك اكثر من تقنية Technique لاجراء هذه البحوث منها على سبيل المثال :

١ ــ الاستقصاءات المرسلة بالبريد الى المشتركين
Mailed Questionaires to Subscribers

٢ ــ عمل دراسات مسحية لمارسات القراء
Making Reader traffic surveys

والتى يسميها البعض دراسات « مسح جمهور وسائل الاعلام »(*) (٢٣)

التى تهتم بدراسة انماط القراءة أو الاستماع أو المشاهدة وتفضيلات القراء أو المستمعين أو المشاهدين ، فبالنسبة للمجلة يمكن من خلالها التعرف على:

ــ معدل شراء المجلات بانتظام .
ــ تفضيل شراء جريدة أو مجلة معينة .

ــ درجة الاشتراك بين المجلات من حيث اقبال القراء على شراء اكثر من مجلة .

ــ الموضوعات التحريرية التى تعجب القراء فى المجلة .

ــ أسباب تفضيل موضوعات معينة .

ــ آراء القراء فى المادة الاعلامية التى تنشرها المجلة .

ــ الكتاب والمحررون المفضلون لدى القراء ودرجات واسباب التفضيل .

---

(*) الدكتور سمير محمد حسين .

ــ عدد قراء النسخة الواحدة من المجلة .

ــ عادات قراة المجلة .

ــ الوقت الذى يقضيه القراء فى قراءة المجلة .

ــ الاقتراحات التى يراها القراء كفيلة بتحسين وتطور المجلة(٢٤)

كما تهتم دراسات « مع جمهور وسائل الاعلام » بالتعــرف على خصائص وسمات جمهور الوسيلة الاعلامية ــ كالمجلة مثلا ــ يحكم أنه يشكل مجتمعا لا يتسم بالتجانس الكامل ، لذلك تقوم بدراسة هذا الجمهور من حيث التقسيمات التالية :

ــ التقسيم حسب فئات السن .

ــ التقسيم حسب درجة التعليم .

ــ التقسيم حسب المهنة .

ــ التقسيم حسب القطاعات الوظيفية المختلفة .

ــ التقسيم حسب المناطق الجغرافية المختلفة(٢٥) .

والهدف هنا هو التعرف على الخصائص الاساسية التى يتميز بها جمهور القراء حتى تتمكن الوسيلة ( المجلة ) من تقديم نوع المادة الاعلامية التى تتناسب مع نوعيات هذا الجمهور ، أو تحاول اجراء بعض ،لتعديلات فى سياستها الاعلامية ، بهدف احداث تغيير فى خصائص جمهورها نتيجة تغيير السياسة التحريرية لديها .

ومن أحدث تقنيات « الدراسات المسحية لممارسات القــراء » : استعمال مرايا ذات رؤية من اتجاه واحد one way Vision mirrors بواسطة بعض الباحثين لملاحظة كيفية قراءة المجلة واسلوب القارىء فى ذلك ، وبدون الاعلان من ذلك .

وكذلك عمل الدراسات المسحية عن جماعات ضابطة من القــراء Survey of Controlled groups of Readers تجريبية تمتد على تعريض الجمهور لمواد تجريبية أو محتوى منشور ، ثم توجيه أسئلة اليهم من خلال استبيان مطبوع(٢٦) .

ويعد جورج جالوب Georg Gallup الامريكى أول من ابتكر أسلوبا علميا فى دراسة الجمهور بشكل عام ، وفى دراسة جمهور المجلة خاصة فقد ابتكر فى الثلاثينيات اسلوبا علميـا لقيـاس قراءة الصحف والمجلات عرف باسم « أسلوب التعرف » Recognition Method وقبلة كانت المجلات تعتمد فى دراستها لقرائها على : الشكاوى التى يبعث بها الجمهور ، أو تطلب منهم ابداء رأيهم فى موضوعاتها ، تقارير التوزيع ، وتتابع القراء الذين يرفضون تجديد اشتراكاتهم ، وتعرف سبب ذلك ، واعتمدت كذلك على الملاحظة ، المقابلات ، المسابقات المختلفة ، كتـابة خطاب عن المواد الجذابة وغير الجذابة فى المجلة ورصد جائزة لافضـل خطاب .

اما أسلوب جالوب فقد اعتمد على وضع علامة على المجلة ، كل شىء قراءة الفرد يعلم عليه ، ولكن أخذ على هذا الاسلوب احتياج كل فرد الى نسخة ، وعدم دقة تنفيذ البحث ميدانيا .

وطور قسم الابحاث فى جامعة منيسوتا أساليب اكثر دقة وسهولة لتحديد اهتمامات القراء خلال الفترة من عام ١٩٤١ حتى عام ١٩٥٢ .

وجاءت مراكز التحقق من الانتشار ( مراكز قياس التوزيع A.B.C Audit Bureau of circulation ) لتوفر أول أرقام عن توزيع المجلات الامريككية ، فقد توافرت لهذا المركز وسـائل للحصـول على احصائيات جديرة بالثقة فى عدد النسخ التى تبيعها كل مجلة .

ولكن بعد فترة ظهر أن أرقام التوزيع لا تكفى لان المجلة الواحـدة يقرؤها أكثر من فرد ، لذلك تم ابتكار أساليب لقياس عدد القراء بدلا من حساب عدد النسخ التى تباع فقط ، ثم تصنيف القراء فى مجموعات وفقا لقراء كل نسخة .

وتتطور بحوث الجمهور أو بحوث القراء بعد ذلك الى حد أن بعض الباحثين الامريكيين فى مجال «ابحاث المجلات» قد استخدم المواد الكيميائية لقياس الزمن الذى بقيت فيه المجلة مفتوحة على صفحة معينة ، وتعرضت بهذا للضوء أكثر (٢٧) .

**ومن أمثلة الدراسات التى اجريت على قراء المجلات فى امريكا :**

— دراسة أعدتها مجلة News week بعنوان : « جمهور خمس مجلات » « the Audience of five magazines »
غطت جمهور مجلات : Time , Saturday Evening Post , Life : U.S. News annd World Report و News week

وتركزت نتائجه حول : عدد القراء ، الانفاق الاعـــلانى بالدولار ، اهمية الموقع فى شراء الاعلان والانتباه له ، دخول القراء ، السلع التى يفضلونها وغير ذلك من سمات الاقتصادية والنفسية .

ــ دراسة اجرتها شركة لمعرفة اى المجلات يقراها طلبة الكليات فى امريكا بانتظام ، قامت هذه الدراسة بمسح للطلبة فى ١٦٨ كلية، ضمت العينة ١٨٤٤ طالبا وطالبة ، استجاب منهم للدراسة ١٢٥٠ فقط بنسبة ٦٩٪ .

ــ كما نشرت مجلة Reader's Digest دراسة تضمها مع مجلات : Life و Post و Look و Woman's Day و Sunset و Mc. call's . Ladies Home Journal

واستخدم فى هذه الدراسة حوالى ٦٠ الف استطلاع ميدانى ، بهدف تحديد الفروق الاقليمية بين الاسر الامريكية من حيث المستـــوى الاقتصـــادى والاجتماعى ، وعادات القراءة .

ويتسم البعض ، جمهور المجلة ، أو قارئها الى ستة انواع ، وذلك من حيث طبيعة الشخصية ، والدراسات والبحوث التى اجريت على المجلة وقرائها فى الولايات المتحدة الامريكية (*) والانواع الستة هى (٢٨) .

**النوع الاول : القارىء المحبط** : The Discomfitted Reader

وسر احباطهذا القارىء أو تعاسته انه لم يعد يستطيع أن يستخدم المجلة كوسيلة للهروب من واقع الحياة ، أو أن هذه المجلة أو المجلات التى يقرأها قد سلكت طريقا آخر ، جديدا ، فاحبطت بعض قرائها القدامى ، وكسبت ولاء البعض الجديد واخذ البعض الصورة البهيجة للمجلة التى عاش فى ذهنه فى الماضى ، مثل الجوانب السلبية فى المجتمع ، وقلة المساحة المخصصة لمن يطالب بالاصلاح الثقافى ، ويزيد الامر سوءا توسع المجلة فى عرض الانباء السيئة والعنيفة مثل : والانقلابات والمظاهرات والجرائم الدموية .

**النوع الثانى : القارىء فاقد الثقة او سيىء الظن**
: The Mistrustful Reader

وهو قارىء ليس مهتاج بطبعه ، أو يعانى من اضطرابات عقلية ، انه شخص شكاك . كثير القلق على ضميره الاجتماعى منه على مصالحه الاقتصادية ، فيضايقه كثيرا أن يجد فى بريده ــ وهذا يحدث له طـــوال العام ــ عروضا للاشتراك فى مجلات باسعار اقل من المجلة التى يشترك فيها منذ مدة ، ولم يحصل منها على أىفائدة رغم ولائه لها .

**النوع الثالث : القارىء المنزعج** The Annoyed Reader

وهذا النوع من القراء لا يزعجه عمليات البيع أو الاشتراك غير الاخلاقية فى المجلة ، أو وجهات النظر السياسية التى لا يرضى عنها ، بل ان ما يزعجه هو اى سلوك غير سوى أو غير واضح تقوم به المجلة ، مثل كوبونات اعلانية داخل العدد ، ووضع الاعلانات الصغيرة وسط اى مادة صحفية جذابة ، ويضايقه صفحات الاعلان التى تتنكر فى صورة مادة تحريرية .

**النوع الرابع : القارىء المندهش** The Bewildered Reader

وهو قارىء غير معقد ، بل مندهش أو مرتبك فقط ، يصاب بالدوار وهو يقرأ كل يوم عن أخبار انهيار بعض المجلات وتوقفها عن الصدور ، وميلاد مجلات أخرى ، بدون أن يجد تفسيرا لذلك ، هو انسان فشل فى فهم العالم المحيط به ، المتغير بسرعة ، فكل يوم تظهر مجلات جديدة وتختفى بعد فترة رغم أنها تحقق أرباحا ، أن عالم المجلة والصحافة بشكل عام ، غير واضح بالنسبة له ، مما يبعث على الحيرة

**النوع الخامس : القارىء غير المكترث** The Indifferent Reader

وهذا القارىء لا يقلق بسبب اخطاء المجلة ، أو اختفائها ، أو ظهورها أو اهتمامها بقضايا تافهة بدلا من القضايا الاجتماعية المهمة ، فهو يعتبر المجلات مصادر للتسلية والامتاع والترفيه ، وليست مصدرا للثقافة أو للحصول على الراى ، اى أنها وسيلة ترفيهتساهم فى شغل وقت الفراغ عندما لا يكون هناك شىء ممتع فى التليفزيون . لذلك نجد هذا النوع من القراء ينزعج من المقالات الفكرية العميقة ، وقد تكون المجلات العميقة الجادة بالنسبة لهذا النوع مصدرا أو وسيلة للزينة أو لادعاءالثقافة .

**النوع السادس : القارىء الراضى** The Satisfied Reader

وهو قارىء شديد التحمس لمجلته ، ويزيد منحماس جهازها التحريرى بسبب شدة حماسه وولائه ، الذى يعبر عنه بشرائه للمجلة بانتظام ورسائله الى المحرر ، وهو فى الوقت نفسه راضى عن النظام الاقتصادى للبلاد ، وهو محافظ بطبعه ولا يطالب بالثورة ولا حتى بالتغيير

**من يعد بحوث القراء :**

فىبعض المجلات الكبرى تكون هناك اقسام خاصة للبحوث ، أو للتنمية أو للترويج ضمن اقسام المؤسسة الصحفية التى تصدر المجلة ، أما المجلات الاقل فى الحجم او الموارد او التى لا تسمح مواردها بوجود هذه الاقسام فقد تعهد بها الى قسم للبحوث فى ادارة التوزيع

او الاعلان ، وقد يعهد بها الى مكتب أو هيئة او وكالة أو مركز للبحوث التسويقية أو لبحوث استطلاع الرأى العام ، او وكالة اعلان ، أو أى جهة تخصص فى ذلك وهو ما سيعتمد عليه المخطط لاصدار المجلة .

**بحوث القراء فى مصر :**

وفى مصر لم تهتم المجلات المصرية حتى الان بانشاء اقسام للبحوث تتبع الجهاز التحريرى او تستقل بنفسها داخل المؤسسة التى تصدر عنها المجلة ، بل هى اقسام للبحوث التى تتعلق بالتوزيع او الاعلان داخل ادارة التوزيع أو الاعلان ، وهذه الاقسام المتخصصة فى البحوث لاتتعدى مهمتها سوى التنبؤ بأرقام التوزيع المتوقعة للمجلة أو لمنافسيها ، أو التخطيط للحملات الاعلانية ، أو توزيع مخصصات حملة اعلانية ما بالتشاور مع ادارة الاعلانات بالمجلة ، ولكن لا تقوم ببحوث عن اهتمامات قرائها .

لذلك تعهد المجلات المصرية — وكذلك الجرائد والمؤسسات الصحفية العامة — الى جهات بحثية خارجية باجراء هذه البحوث لحسابها ، قد تكون هذه الجهات داخل مصر أو خارجها : مثل بعض الوكالات الامريكية أو العالمية ، أو الوكالات والمكاتب والاساتذة المصريين ويظهر ذلك من تتبع بحوث القراء التى اجريت الان — بالنسبة للمجلة فقط — حتى الان فى مصر وهى :

— بحث اجراء الدكتور مصطفى حسنين زهير واشترك فيه مجموعة من طلبة البكالوريوس بكلية التجارة جامعة عين شمس عنقياس فعالية الاعلان ، واختار له مجلة « آخر ساعة » كوسيلة لنشر الاعلانات ، بسبب ما أبدته مؤسسة أخبار اليوم من استعداد للتعاون فى انجاز هذا البحث عن طريق امداد الباحث بالنسخ اللازمة من المجلة والمطبوعات الاخرى التى استلزمها العمل الميدانى(٢٩) .

— دراسة عن الصحف كما يراها المشترون والباعة أجراها المركز العربى للبحوث والادارة ( آراك ) عام ١٩٦٦ .

— دراسة اجراها المركز العربى للبحوث والادارة ( آراك ) عن خصائص مشترى الجرائد والمجلات فى جمهورية مصر العربية ، شمل جرائد : « الاهرام » ، « الاخبار » ، « الجمهورية » ، الاعداد الاسبوعية (*) « روزاليوسف » ، وذلك لحساب دار أخبار اليوم عام ١٩٧٦ .

---

(*) الاعداد الاسبوعية : هى « أهرام الجمعة » ، و « جمهورية الخميس » .

ــ دراسة أجراهــا مــكتب الشرق الاوسط لابحــاث التسويق M.E.M.R.B (**) على وسائل الاعلام فى الشرق الاوسط Middle East Media Study شملت : الى جانب الراديو والتليفزيون الجرائداليومية ، والمطبوعات الاسبوعية ونصف الشهرية ، المطبوعات الشهرية والبديلة للشهرية ، والمطبوعات ربع السنوية وغيرهــا ، فى خمس دول هى : الكويت ، السعودية ، مصر ، ايران ، عام ١٩٧٧ ، وحصلت بعض مؤسساتنا الصحفية على نسخ منها نظير دفع مبلغ معين .

ــ دراسة أشرف عليها الدكتور محمد على العوينى عن « مشاكل الاعلام الشبابى : دراسة نظرية وتطبيقية » حيث حلل جمهور وســـائل الاتصال فى مصر من خلال عينة من الشباب واتجاهاتهم نحـــو الراديو العامة للتخطيط والبحوث والاحصاء بجهاز الشباب التابع للمجلس القومى للشباب والرياضة ، وشارك فيها باحثون شبان من جامعة القــاهرة ، عام ١٩٧٨ (٣٠) .

ــ دراسة أجراهــا مكتب الاشرق الاوسط لابحــاث التســويق Middle Rast Marketing Research Bureau Interteam Mc, cann Erickson

ببيروت ( وهو أحد خمسة مكاتب لمؤسسة بحوث
gnterteam Mc. Cann Erickron

والتلفزيون والجرائد والمجلات والكتاب ، أجريت بناء على طلب الادارة مقرها الرئيسى لندن وتختص ببحوث التسويق والجمهــور ، ومكاتبهـــا العربية فى بيروت والكويت والبحرين ودبى وجدة ) .

وعنوان هذه الدراسة ( Middle Enst Media. Study 1979 )

أى « وسائل الاعلام فى الشرق الاوسط عام ١٩٧٩ » ، وهى دراســـة شاملة لوسائل الاتصال والجمهور فى ست دول فى منطقة الشرق الاوسط هى : الكويت ودولة الامارات وعمان والسعودية والاردن ومصر ، اطارها الزمنى عام ١٩٧٩ ، وقامت بدراسة للراديو والتليفزيون ، والجـــرائد اليومية ، والمطبوعات الاسبوعية ، ونصف الشهرية ، المطبوعات الشهرية والبديلة للشهرية ، المطبوعاتربع السنوية وغيرها ، كما درست جمهور القراء والمشاهدين والمستمعين فى هذه الدول الست من حيث : الجنس ، العمر ، المستوى الاجتماعى ، الجنسية ، اللغات التى يجيدها الفرد ، عدد السيارات فى المنزل ، السفر بالطائرات وعدد مراته ، ملكية الراديو

---

(**) مكتب الشرق الاوسط لابحاث التنسويق ببيروت أحد خمسة مكاتب لمؤسسة بحوث هى gntesteam Mc. cann Erick Aon ، فى لندن لبحوث التسويق والجمهور ، ومكاتبهـــا العـــربية فى بيروت والـــكويت والبحرين ودبى وجدة .

والتليفزيون ، وهدفت من‌هذا البحث الى تزويد المعلنين ووكالاتهــم ، ووسائل الاعلام نفسها بمعلومات اعلامية وتسويقية تقسم بالموضوعية ، وتساعدهم على الوصول الى اسواق هذه الدول الست محل الدراسة القــاهرة ( ٦٫٦٥٠٫٠٠٠ ) والاســكندرية ( ٢٫٣٣٠٫٠٠٠ ) وطنطــا ( ٣٠٠٫٠٠٠ ) ، اختــير ١٫٢٠٠ يمثــلون القــاهرة ، و ١٠٠ يمثلــون الاسكندرية ، و ١٠٠ طنطا استجاب منهم ١٫١٦٨ ، منهم ١٣٥ فى القاهرة، و ٨١ فى الاسكندرية ، و ١٥٢ فى طنطا ، بعــد ان فشل فريق البحث فى اجراء الدراسة بالمنصورة لخلاف مع السلطات .

وشملت عينةالبحث : الجرائد والمجلات الاجنبية والعربية والمصرية التالية : الكواكب ، الدستور ، المصور ، Burinerr week ، الاهرام ، المستقبل ، روزاليوسف ، الجمهور ، الاسبوع العربى ، News week الوطن العربى الموعد ، اكتوبر ، اسرتى ، صباح الخير ، المجالس ، World Tims ، اخبار اليوم ، آخر ساعة ، اليقظة ، النهضة ، L'Express الشبكة ، الرياض ، مرآة الامة ، الصياد ، حواء ، Middle Eart econonic ، وقد أجريت هــذه الدراسة عام ١٩٧٩ (٣١) .

— واحدث الدراسات التى اجريت على قراء المجلات فى مصر هى بحث : « اتجاهات القراء لمجلة اكتوبر » ، الذى قام المــركز العــربى للبحوث والادارة « أراك » باجرائه بناء على تكليف من مجلة اكتوبر خلال الفترة من يوليو الى اكتوبر عام ١٩٧٨ ، وساهم مع المركز فى الاشراف على تصميم المنهج واختبار استمارات الاستطلاع الاستــاذ كارلو جليمنيتى رئيس مؤسسة بروجيتازيونى فورماتيفا بميلانو بايطاليا ، كما قام مركز الحاسب الآلى لدار المعارف بتسجيل وتحليل بيانات استمارات استطلاع آراء القراء واستخراج المؤشرات العامة لها .

وقد تحدد الهدف الرئيسى للبحث فى التعرف على خصائص قراء المجلة وآرائهم فيها ، الامر الذى يزودادارة المجلة بصورة واقعية لطبيعة جماعةالـ قراء وتركيبها الاجتماعى والثقافى ، وتحــددت المجــالات التى التى استهدفت فيها آراء القراء فى اربعة مجالات محددة هى :

— المعلومات الشخصية عن القارىء .
— طبيعة علاقة القارىء بالمجلة .
— المادة التحريرية والاعلانية للمجلة .

## المجالات البيعية

واعتمد البحث أساسا فى تحقيق الاهــداف المنشــودة منه على « العينة الرضائية » من القراء ، أولئك الذين استجابوا للدعوة الموجهة

لهم بالاشتراك فى البحث عن طريق ملأ « كوبون الاشتراك » والذى نشر بمجلة اكتوبر عدة مرات ضمن حملة التهيئة التى سبقت عملية استقـــراء الاراء ، وقد استخدم ايضا اسلوب «العينة العشوائية» ايضا الىجانب العينة الرضائية لايجاد نوع من عوامل المقارنة والدراسة بين آراء القراء فى كل من العينتين باعتبار أن آراء العينة العشوائية تمثل « جماعة الظل» للآراء الراضية اقترابا أو بعدا عنها ، وتم تصميم الاستمارات الخاصـــة باستقراء آراء القراء على اساس اعتماد معظم الإجابات المطلوبة من القراء على نظام « الاجابات المقفلة » مع تضمين الاستمارة بعض الاسئلة ذات « الاجابات المفتوحة » وقد خضعت الاستمارة لعدة اختبارات عدلت من جوانبها قبل أن تطبع فى شكلها النهائى .

وبلغت العينة الكاملة٩٠٨ قارئا شملت٦٠١ قارئا من داخلجمهورية مصر العربية و ٣٠٧ من خارج مصر ، وشملت ٦٠٣ قارئا يكونون العينة الرضائية منهم ٥٣٩ قارئا من داخل مصر و ٦٤ قارئا من خـــارج مصر ، و ٣٠٥ قارئا يكونون العينة العشوائية منهم ٦٢ قارئا من داخـــل مصر و ٢٤٣ قارئا من خارج مصر ، وتكونت العينة المحليـــة من ٥٣٩ قارئا فى العينة الرضائية و ٦٢ قارئا فى العينة العشوائية بينما تكونت العينـــة الخارجيـــة من ٦٤ قارئا فى العينـــة الرضائية و ٢٤٣ قارئا فى العينـــة العشوائية ، وتتكون هـــذه العينة الخارجيـــة من ٢٩٦ قارئا من الدول العربية منهم ٥٩ قارئا فى العينة الرضائيع ، و ١١ قارئا من الدول الاجنبية منهم ٥ قراء فى العينة الرضائية .

وقد تم استيفاء بيانات استمارات استقراء آراء القراء فى « العينة لرضائية » بواسطة البريد سواء كان القارىء داخل مصر أو فى الدول العربية والخارجية : وقد بلغ عدد راغبى الاشتراك فى البحث من هـــذه العينة ٦٨٠ قارئا استجاب منهم ٦٠٢ قارئا بالاجابة عن أسئلة الاستمارة، ويمثل الفرق بين الرقمين نسبة من القـــراء الذين انسحبـــوا من البحث بالاضافة الى بعض الاستمارات التى فقدت بالبريد أو وصلت بعد الموعد المحدد لانتهاء تلقى الاستمارات .

وبالنسبة للقراء فى « العينة العشوائية » فقد تم استيفاء آرائهم فى مقابلات شخصية قام بها الباحثين أنفسهم سواء فى مصر أو فى بعض الدول العربية ( السعودية ــ تونس ــ السودان ــ الكويت ) ، كذلك تم استيفاء بعض الاستمارات لمواطنى بعض الدول العربية أثناء تواجدهم بالقاهرة . وبالنسبة لقراء هذه العينة ــ خاصة من مواطنى الدول العربية ــ لم يستجب العديد منهم لاستيفاء بيان اسم القارىء وعنوانه فى حين استجاب لباقى بيانات الاستمارة .

وقد جاءت المؤشرات العامة للبحث مغطية المعلومات التى تحـدد خصائص القارىء نفســه وآرائه فى مختلف محتــويات المجلة التحريرية والاعلانية بحيث غطت الجوانب الاربعة التالية :

١ ــ المعلومات الشخصية من القارىء : الاسم ــ العنوان ــ الجنس ــ السن ــ الحالة الاجتماعية ــ المؤهل ــ الوظيفة ــ الدخل ــ الدراسات بالخارج ــ اجادة اللغات الاجنبية ــ ملكية السـلع المعمرة ــ التدخين ــ الرياضة ــ الاشتراك فى النوادى .

٢ ــ طبيعة علاقة القارىء بالمجلة : مدى انتظام قراءة المجلة اسبوعيا ، عدد قراءة النسخة الواحدة ــ مدى قراءة المجلة ــ الاحتفاظ بالمجلة بعد قراءتها ــ قرار الشراء ــ مجموعة المجلات الاخرى التى يقرأها القارىء بانتظام محلية واجنبية .

٣ ــ المادة التحريرية والاعلانية : افضلية الكتاب والمحررين ــ الراى فى ١٢ مجموعة من مواد التحرير والاعلان ( الاخبار العالمية ، الاخبار المحلية ، الموضوعات السياسيــة ، الموضوعــات الاجتماعيــة والسياسية ، التحقيقات الصحفية ، الموضوعات الادبية والفنية ، موضوعات المرأة ، الرياضة ، الموضوعات الدينية ، الموضوعات العلمية ، موضوعات التسلية واختبارات الذكاء ، انت وبختك ) ــ ــ مستوى طباعة المجلة ــ حجم الحروف المستخدمة ــ طريقــة تصميم الاعلانات واخراجها ــ الموضوعــات التى تنقص المــواد التحريرية بالمجلة ، الموضوعات التى يمكن أن تحذف من المجلة ــ عدد صفحات المجلة ــ طريقة تصميم الغلاف ــ المساحة المخصصة للاعلانات .

٤ ــ مجالات بيع المجلة ( التسويق والتوزيع ) : توفر المجلة فى الاسواق ــ نظام الاشتراكات السنوية ــ سعر بيع المجلة .

وعلى ضوء النتائج الجزئية للاستمارات والمؤشرات العامة للبحث ، واستنادا الى ما تظهره هذه النتائج والمؤشرات من دلالات تصلح ان تكون اساسا علميا لصياغة استراتيجية التحرك المستقبلى لتحقيــق الهــدف الرئيسى للبحث لتطوير العمل بالمجلة فى كافة المجالات أمكن التوصل الى بعض التوصيات العامة التى حددتها هيئة البحث فى :

أولا : ان اعتماد المنهج العلمى للبحث على اسلوب « العينة الرضائية » قد أوجد حاليا مجموعة من القراء على درجة عالية من الارتباط والولاء للمجلة . هذه المجموعة والتى تبلغ ٦٠٣ قارئا ــ يمكن الاعتماد عليها فى تطبيق نظام « البحوث المستمرة للقراء » ، والذى يعتبر مرحلة علميــة

متقدمة تتفق مع مكانة « مجلة أكتوبر » وتنفرد بها فى الوطن العربى فضلا عن الفوائد الاكيدة التى تجنيها المجلة من تطبيق هذا النظـــام من توفير الارتباط الوثيق بنبض القراء والتعرف على آرائهم واتجاهاتهم . كـــذلك يمكن تطوير هذا النظام الى نظام « البحوث المستمرة للقراء / المستهلكين » مما يحقق أهدافا أكثر شمولا للتحرير والاعلان ودراسة الســـوق ويوفر للمجلة مكانة علمية مرموقة ويزيد حصيلة الاعلانات زيادة كبيرة ، هـــذا مع ملاحظة ان العينة الرضائية تضم ٢٪ منها من حملة المؤهلات الجامعية والدراسات العليا مما يجعل منها عينة متميزة ، ومن الجدير بالاشارة اليه فى هذا المجال أن تطبيق مثل هذه الانظمة لا يتطلب تكاليف كبيرة اذ يعتمد أساسا على الاساس العلمى لها ونظم تجميع وتشغيل وتخزين وتسويق المعلومات المتوفرة عنها بشكل بسيط ومنتظم .

ثانيا : ضرورة مراجعة انظمة التوزيع الحالية بهدف توسيع نطاقها وزيادة فعاليتها والاستفادة من رغبة القراء فى نظام الاشتراكات السنوية، بعد أن برز أثناء البحث عدم توفر المجلة بسهولة وانتظام فى بعض الاسواق العربية والخارجية .

ثالثا : تشعر عينة القراء موضع البحث بأن هنـــاك موضوعات تحريرية أقل من اللازم حاليا ، ومن أهم هذه الموضوعات : التحقيقـــات الصحفية ، والموضوعات الدينية والعلمية ، وأوضحت الدراسة اتجـــاه القراء لزيادتها .

رابعا : من المفيد التفكير فى اصدار « محفظة » لحفظ الاعـــــداد السنوية لدى القراء ، على ضوء ما أظهرته الدراسة من وجود نسبة كبيرة من القراء يحتفظون بالمجلة فى مجموعات متكاملة ، ولا شك ان تنفيذ هذه الفكرة يرتبط باعتبارات عديدة ويمكن تنفيذه بأساليب مختلفـــة ويتطلب دراسات مالية عن تكلفته والعائد المتوقع سواء أكان هذا العائد مبـــاشر فى حالة بيع المحفظة أو بطريقة غير مباشرة اذا ما توفرت الادلة على خلق عامل جديد يزيد من التوزيع(٣٢) .

ونستطيع القول أنه اذا كانت دراسة جمهور قراء المجلة مهمة ولازمة لادارة تحرير المجلة وكذلك لادارة اعلاناتها وتسويقها فمن خلال التعرف على خصائص الجمهور وسماته ومواقفه واتجاهـــاته من المجلة شـــكلا ومضمونا ، تحريرا واخراجا ، اعلانا وتوزيعا يمكن الحكم على مدى توفيق محررى المجلة واداريوها ، وما اذا كانت خططهم فى حاجة الى تعديل أم هى خطط جيدة وينبغى الاستمرار فيها ، فان دراسة جمهور قراء المجلة المتوقع أو المرتقب عند التخطيط لاصدارها تصبح شيئا حيويا وحاسما فى وضع خططها التحريرية والاخراجية والاعلانية والتوزيعية وبدونها تصبح

عملية التخطيط للاصدار وما يترتب عليها من خطط طويلة الاجل بلا جدوى، ويصبح المخطط لاصدار المجلة كالسائر فى طريق لا يعرف له بداية أو نهاية بل على حد تعبير رجل الصحافة الامريكى تيودور . ل . نبراند يصبح كمن يسبح برغبته ضد التيار ولا يحب أن يسمع نصيحة أحد .

كانت هذه هى المتغيرات الخمسة. التى ينبغى على المخطط لاصدار مجلة أن يضعها نصب عينيه قبل أن يختار صيغة مجلتها ، وهى كلهـا متغيرات تتصل بالبيئة التى تصدر خلالها المجلة فالمجلة كما سبق القول مشروع اقتصادى واجتماعى وصحفى وفنى وبشرى فى الوقت نفسه ، أى تحيط به بيئته الاجتماعية والاقتصادية والصحفية والتكنولوجيـة التى تشمل داخلها : « غرض المجلة من الصـدور » و « سـوق المجلة » و « الصيغ الموجودة والمتميزة » و « المجلات المنافسة » واخيرا « الجمهور المرتقب للمجلة » .

ورغم ذلك كله ، وما ينادى به خبـراء المجلة من ضرورة التخطيط المسبق عند اختيار صيغة المجلة الا ان قراءة متأنية ومتعمقة لتاريخ المجلة فى العالم وفى مصر تقول لنا أن هناك مجلات قد صدرت ونجحت دون ان تضع أو تحدد لنفسها صيغة محددة مسبقة ، بل صدرت المجلة أولا ، ثم تركت «الصيغة» التى تسير عليها تتحدد وتتشكل وفقا للممارسة والتجربة وللصواب والخطأ ، ولعل مجلة Holiday الامريكية . تعـد نموذجا لذلك ، فقد خرج عددها الاول الصادر فى عام ١٩٤٦ فى شكل مجلة تقليدية للرحلات ، وفى صيغة تجمع بين الاثارة وجودة التحرير ، وبعد بداية باهرة مرتفعة التوزيع ، بدأت أرقام التوزيع تنخفض ، ولهذا عدلت المجلة من أسلوبها ، واتجهت الى صيغة أخرى فارتفع توزيعها وزادت اعلاناتها .

وفى بعض الاحيان تأتى الصيغة الناجحة من مهارة رئيس التحرير وقدرته على التفكير والابتكار ، فمجلة The New yorks الامريكية لم تحدد لنفسها صيغة قبل الصدور ، ولم تناقش فى اجتماعات جهاز تحريرها أو يخطط لها ، بل صدرت المجلة واستمرت وعاشت حتى الآن تحمـل صيغة صاحبها هارولد روس غير المكتوبة ، فعلى الرغم من وفاة هارولد مؤسسها ورئيس تحريرها الاول عام ١٩٥١ ، نجد المجلة مستمـرة فى التعبير عن نفسها وفى الصدور خلال تصور منسق اصيل ومامول ، جاء نتاجا لخبرة صاحبها هارولد روس وممارسته ، ولم يناقش أو يطرح على المائدة المستديرة لجهاز التحرير ، أو يعد على ضوء نتـائج ودراسـات واختبارات اجريت على الجمهور واختبرت ذوقه واهتماماته(٣٣) .

## ٢ — اختيار السياسة التحريرية الاساسية للمجلة

السياسة التحريرية الاساسية هى تلك الحدود والمبادىء التى من خلالها تقوم المجلة بأداء وظيفتها كوسيلة اتصال بالجماهير : القضايا التى تعالجها ؟ واسلوب معالجتها ؟ المحاذير ؟ او هى ببساطة : « الوجهة التى تختار المجلة اتباعها فى جوابها عن سؤالين فائقى الاهمية : ماذا ستنشر ؟ وكيف ستنشر ما تنشر ؟ »

وقوامها الاجراءات والقواعد والمبادىء التى أقرتها المجلة لتستهدى فى عملها ، والتى ستهيمن بعد ذلك على كل وجوه العمل الصحفى او الفن الصحفى فى المجلة (٣٤) .

والهدف هو أن يصل القارىء بعد فترة الى الاحساس بشخصية تحريرية ثابتة للمجلة ، تتفق فى الوقت نفسه مع هدف المجلة وصيغتها . واختيار هذه السياسة التحريرية الاساسية ينبغى أن يتم قبل صدور العدد الاول لانها تخدم رئيس التحرير فى عمله اليومى ، وعندما تكون محددة بشكل واضح تساعده على أن تسير المجلة فى خط واحد مع غرضها وتكون منسقة مع رسالتها وتحقق وجها مميزا أو شخصية وتصبح أداة مؤثرة للاتصال ، وهى كذلك تحرر رئيس التحرير من اتخاذ قرارات تحريرية أساسية بشكل فجائى أو غير مستقر ، وتجعله يتفرغ للقضايا والقرارات التنفيذية اليومية ، التى يساعده فيها كدليل ، السياسة التحريرية الاساسية (٣٥) .

**ويؤثر فى السياسة التحريرية الاساسية مجموعة من العوامل يمكن ايجازها فى (٣٦) :**

١ — الاحوال المالية .
٢ — مسئوليات المجلة تجاه المجتمع والافراد والحكومة .
٣ — الطابع المتوخى للصحيفة .
٤ — متلطبات القراء .
٥ — الاجتهاد السياسى .
٦ — عوامل تجارية .
٧ — عوامل دينية .
٨ — عوامل عرقية واجتماعية .
٩ — عوامل فردية وجماعية .
١٠ — عوامل وطنية .
١١ — نزوات رئيس التحرير ومعاونيه .
١٢ — النزعة الاقليمية .
١٣ — الموضوعات المحرمة .

١٤ ـــ ارتباطات الناشر أو جهة النشر .
١٥ ـــ الحملات الصحفية .

**نماذج تطبيقية :**

كانت هذه هى الاسس النظرية أو السياسة التحريرية بشكل مجرد ومطلق والآن نعرض لنماذج تطبيقية للسياسة التحريرية لثلاث مجـــلات مصرية ، هى المصور ، وآخر ساعة ، وأكتوبر .

**السياسة التحريرية لمجلة المصور :**

**تحاول مجلة المصور ـــ الآن ـــ المحافظة على صيغة المصور القديمة مع اجراء بعض التغييرات والتعديلات والتطوير فيها بما يتناسب مـــع القارىء المصرى والعربى هذه الايام ، ومع ظـــروف المجتمـــع ، وواقع الصحافة المصرية .**

فالسياسة التحريرية المعلنة لها تقوم على أساس أنها مجلة سياسية مصورة ، مصرية عربية ، محافظة وملتزمة برسالة تثقيفية وتوجيهية ،هى مجلة مصرية عربية ، واهتمامها بالقضـــايا المصرية ليس تحـــزبا وليس اقليمية ، بل لان مصر تمثل حوالى نصف الوطن العربى ، وعنـــدما تهتم المجلة بنصف الوطن العربىفهى تهتم بالكل،وعندما تهتم بعد ذلكبالقضايا العربية فهى تقوم بوظيفة مهمة وهى تنمية الحس العربى عنـــد المواطن المصرى .

ويحدد رئيس التحرير موقف أو سياسة المجلة تجـــاه القضـــايا الداخلية ، فى مصر فى الرسالة التى بعث بها الى الرئيس أنور السادات عقب تعيينه نائبا لرئيس مجلس ادارة دار الهلال فى مايو ١٩٧٧ باسمه وباسم العاملين بالدار بأنها « الالتزام الى أبعد حدود الالتزام بمبـــادىء ثورتى ٢٣ يوليو و ١٥ مايو المجيدتين ، وبذل كل ما نملك من جهد لتحقيق آمال الرئيس السادات فى الصحافة كسلطة رابعة بعد أن أعطاهـــا كل حرية وأمان واستقرار وازدهار » .

ويعتبر رئيس تحرير المصورمجلته أحد أسلحتنا فىالمعركة السياسية التى تخوضها مصر وذلك لان « بلدنا يخوض أعنف معاركه ضد أعدائه ، وخصومة الذين تحالفوا رغم ما بينهم من خلافات وتناقضات على اعـــاقة

---

(*) المصور : مجلة مصرية صدرت عام ١٩٢٤ يرأس تحريرها الآن صبرى أبو المجد وتصدر عن مؤسسة دار الهلال .

مسيرة شعبنا ، وان حملات التشكيك والتضليل ضد وطننا قد بلغت الذروة » .

وفى النهاية يقول رئيس التحرير نيابة عن محررى الدار والعاملين بها محددا موقفهم وملخصا دورهم الاعلامى فى تلك المرحلة : « نحن نعاهدكم باستمرار وقوفنا وراءكم للتصدى لتلك المعارك والحملات بكل ما نستطيع من جهود وامكانات حتى يتحقق النصر الكامل لشعبنا العظيم بقيادتكم الرشيدة الحكيمة » .

اما اهتمام المصور بالقضايا العربية فهو نوع من المحافظة على التقاليد التى وضعها المصور خلال تاريخه الطويل ، فقد كان المصور مجلة عربية ، تهتم بشكل كبير بشئون العرب وقضاياهم ، والى جانب المحافظة على هذه التقاليد يحاول تطويرها ، لان القضايا العربية عام ١٩٧٨ تختلف عنها عام ١٩٢٤ عندما صدر المصور ، فالحس العربى الموجود الآن مختلف لقد زاد وتعمق ، فرئيس تحرير المصور يرى أن الاحاسيس الموجود عند القارىء أصبحت اليوم عربية أكثر منها محلية .

ويدلل رئيس تحرير المصور على أن اهتمامات القارىء العربى اليوم قد أصبحت قومية بقوله : « لقد استحدثت فى المصور طبعة عربية خاصة للتوزيع فى البلاد العربية كنت احذف منها أبواب معينة وموضوعات : كالجريمة مثلا أو بعض الموضوعات عن القضايا والاحداث المحلية البحتة، واستبدل بها موضوعاتعربية الاهتمام أو المضمونولكن فوجئت بخطابات من قراء من مختلف أنحاء الوطن العربى ومن أمريكا اللاتينية وحتى من استراليا تثورضد هذا الوضع،وتطالب بعدم حذف الابواب أو الموضوعات المحلية الاهتمام واكدوا جميعهم على أنهم يريدون أن يقرؤا ما يقراه القارىء فى مصر ، فالكل هنا يهتم بكل المسائل الصغيرة التى تجرى فى مصر ، التى يعتبرونها الاخت الكبرى القائدة ، حتى الاحداث التى نراها نحن محلية بحتة يراها القارىء العربى او يريد أن يراها بشكل قومى » .

لذلك يحرص رئيس تحرير المصور على ان يتضمن كل عدد من أعداده ما لا يقل عن ١٠٪ من صفحات موضوعات عربية ، حتى يسد النقص الذى يحس به القارىء العربى تحريريا ، وبالاضافة الى ذلك الى ذلك يصدر المصور عددا سنويا خاصا ممتازا بعنوان « نحن العرب » كحصيلة للسنة كلها تقدم فيه المجلة صورة متكاملة للوطن العربى خلال عام .

من هنا يمكن تفسير السر الذى يكمن وراء توزيع المصور فى الماضى حوالى ٧٠٪ من نسخة فى العالم العربى ، و ٥٠٪ منها فى العراق وحده ، والباقى فى العالم العربى خاصة فى السعودية وليبيا .

وصحفيا تلتزم المجلة سياسة الاعتدال والمحافظة ، وعدم الاثارة أو السعى لمخاطبة غرائز القارىء ، بل تخاطب فكره وعقله ، انها ترى أن الصحافة رسالة تلتزم بتثقيف القارىء وتوجيهها وتنمية الحس الوطنى والقومى عنده ، ولا تهدف أن يزيد توزيعها وتزداد مساحات الاعلان فيها » (٣٧) .

**السياسة التحريرية لمجلة آخر ساعة :**

**تقوم السياسة التحريرية الاساسية** لمجلة آخر ساعة (*) الآن على خمسة تصورات أساسية (٣٨) .

الاول : أن تحمل مشعل الامل — من ناحية المضمون — فى أغلب الاوقات وهى تؤمن أن الامل فعل « بداية فعل » وأن الدعوة الى اليأس انهزام وانكسار أمام الحياة وأن الامل بناء وأن الناس جميعا مخلوقون لغاية هى التعمير والبناء فى كل ناحية من نواحى الحياة .

والثانى : هو الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والسياسية ، وعدم اغفال الجانب النقدى ومعالجة المشاكل التى يعانى منها القارىء العادى، وفى عرضها لها تذهب أولا اليه تعرف الاصل والسبب والداء ، وآخر من تذهب اليه لتعرف رأيه هو المسئول .

الثالث : خلق نوع من التوازن الدائم بين مختلف فئات المضمون الدسم والخفيف ، بين الجانب الدراسى والبحثى والسياسى والفكرى ، والجانب الترفيهى الخفيف ، فالقارىء المصرى من وجهة نظر ادارة تحرير المجلة قارىء يحب الموضوع المبسط الموضوع فى قالب جذاب أو على حد تعبير مدير التحرير « الساندويتش » .

الرابع : الاعتماد على المحررين الشبان وزيادة كفاءتهم باستمرار الى الحد الذى يجعلهم قادرين على أداء دورهم فى المجتمع كممثلين لصناعة الصحافة أو لسلطتها ، ومع مشروعات التحديث الجديدة فى الدار ومع تطور وظيفة الصحيفة ، بدأت المجلة فى رفع كفاءة محرريها بمساعدتهم على التدريب والتعليم فى مجالات تتصل بتخصصاتهم وتساعدهم على العمل مع المستحدثات الطباعية والفنية الجديدة وهذه السياسة تعد استمرار لسياسة مدرسة أخبار اليوم التى تعتمد على التفكير الصحفى المنطلق وافساح المجال للشباب .

---

(*) آخر ساعة : مجلة مصرية صدرت عام ١٩٣٤ ، ويرأس تحريرها رشدى صالح ، وتصدر عن مؤسسة اخبار اليوم . ( توفى رشدى صالح خلال فترة اعداد الكتاب ويتولى مسؤلية مجلة اخر ساعة الان : محمد وجده قنديل .. ويسير على نفس السياسة التحريرية ) .

والتصور الخامس والاخير الذى تقوم عليه السياسة التحريرية لمجلة آخر ساعة هو التغيير المستمر مع المحافظة على الطابع العام للمجلة ، فمجلة آخر ساعة لا بد وأن تغير ثوبها مرة كل ستة شهور ، ولكنها تجعل للمجلة ملامح مميزة تحتفظ بها ويدور فى اطارها تغيير ، انها محاولة للتنويع فى اطار وحدة تيبوغرافية وتحريرية تتسم بها المجلة .

**السياسة التحريرية لمجلة « اكتوبر » :**

الخطوط العامة لسياسة مجلة أكتوبر(*) التحريرية الاساسية ، والتى تلتزم بها ، نجد ملامحها فى الرسالة التى بعث بها الرئيس أنور السادات الى أسرة تحرير أكتوبر يوم صدورها باعتباره صاحب فكرة اصدار هذه المجلة والاب الروحى وكبير المخططين لها ويمكن اجمالها فى (٣٩) :

أولا : الخدمة الكاملة للقارىء وتزويده فى كل ما — تنشره — بخلفياته حتى يمكن للقارىء أن يخرج من كل عدد من اعدادها بقيمة واضافة جديدة لثقافته العامة ، مستأنفة فى ذلك الخط الذى كانت تتميز به صحافتنا من قبل ، وكنا نجد فيها مفاتيح الثقافة الحقة ولو استطاعت مجلة اكتوبر أن تخدم ولو مواطنا واحدا من كل الف مواطن ، ليخرج منها بشىء جديد ، فسوف يكون ذلك انجازا كبيرا .

ثانيا : أن يجد فيها كل عربى الخبر المخدوم والخلفية المخدومة بحقائق تاريخية ووثائق مؤكدة ، فالمهم هو أن تعلم القارىء العربى كيف يستوعب هذه المعلومات الجديدة ، والثقافة الجديدة .

ثالثا : القيام بتأصيل ٦ أكتوبر ، ليس كمجرد عبور ، وانما كيوم فاصل بين عالم ماقبل ٦ أكتوبر الذى اختلفعسكريا وسياسيا واقتصاديا عن عالم ما بعد ٦ أكتوبر ، فلم يكن العبور مجرد انتقال من شاطىء الى شاطىء ، وانما كان هناك أكثر من عبور : هناك عبور ثقافى وعبور اقتصادى وانفتاح .

رابعا : التوجه الى الشباب ، بحيث يتصور كل شاب اذا ما قرأ مجلة أكتوبر أنها موجهة له ومهتمة بشئونه ، وأن يعاد اكتشاف الطريق الذى فقده هذا الشباب التائه ، فجزء كبير من صحافتنا — للاسف — يعمل على ضياع الطريق تحت قدميه .

---

(*) أكتوبر : احدث مجلة مصرية صدرت فى ٣١ أكتوبر عام ١٩٧٦ ، يرأس تحريرها أنيس منصور ، تصدر عن مؤسسة دار المعارف .

خامسا : أن تكون صحافة الثقة بالنفس والاقتدار والامل ، بلا عقد وانما بآفاق مفتوحة .

سادسا : القيام بتأصيل التجربة المصرية « كقدوة » خاصة فيما تبنيه مصر اليوم فى الديمقراطية والاشتراكية لاول مرة من حيث لا يوجد تناقض بين حرية الفرد وحرية المجتمع كما هو موجود فى المجتمعات الاشتراكية المعاصرة ، فهم هناك لم يجدوا حلا لهذه المشكلة ، بينما يعتقد الرئيس السادات اننا وجدنا الحل وتطبيقه ، وكذلك تأصيل سيادة القانون وقيام دولة المؤسسات لان هذا انجاز عظيم .

سابعا : وضع حجر الاساس لصحافة عربية مصرية جديدة ، تكون فيها قدوة للصحافة فى الشمول والارتفاع فوق التفاهات التى يراها الرئيس السادات اليوم ، وكذلك القيام بتأصيل القيم الاساسية واعطاء المثل كقيادة فى الصحافة كما كانت مصر قيادة فى الثقافة .

**لكن متى تغير المجلة سياستها التحريرية ؟**

هناك جملة شهيرة لواحد من ابرز رؤساء تحرير مجلة New weok الامريكية وهو جيمس . ى . نورمان قال فيها : « ان القاعدة الاولى فى عالم المجلات هى التغيير فى سياسة تحريرها » .

وهذا ما اتفق عليه معظم دارسى المجلة فى العالم ، وكذلك العاملين فى تحرير المجلات واخراجها وادارتها ، فصياغة السياسة التحريرية الاساسية للمجلة فى وقت ما لا تعنى صياغتها الى الابد بل لفترة من الوقت تسمح لواضعها بأن يقيس ويقوم تأثيرها ، فمن المحتمل خلال عام أو اثنين أن يشعر بأن هناك تغييرا مطلوبا .

لذلك ينصح خبراء المجلة بضرورة أن يتم تغيير السياسة التجريبية بالتدريج (٤٠) بسبب أن القراء يحبون دائما الشىء الشائع والمألوف . لديهم ، فاذا أراد ناشر أو رئيس تحرير أن يغير من محتوى أو شكل ،من نغمة مجلته أو منطقها أو لهجتها ، فعليه أن يقوم بذلك بالتدريج ، خطوة خطوة وليس فجاة . وذلك « لن يزعج القراء الذين يحبون المجلة » كما هو فى الوقت نفسه يسعد القراء يشعرون بأن التغيير ضرورة ، وبذلك يمكن الاحتفاظ بالمجلة متجددة وحديثة » .

فعندما عاد على أمين الى رئاسة مجلس ادارة مؤسسة أخبار اليوم عام ١٩٧٤ ، اكتشفت أن آخر ساعة — التى اشتراها مع مصطفى أمين عام ١٩٤٤ — لم تعد تناسب روح العصر ، بقطعها الكبير ، وموضوعاتها الطويلة ، كما لاحظ أن الاهتمام قليل بالجانب الانسانى والاهتمامات

الانسانية فى المجتمع ، لذلك كان امامه قرارين : أن يغير من قطـــع المجلة ويختار لها قطعا أكبر وأن يدخل فيها المواد المحتوية لذلك الجانب الانسانى ( الذى نجده فى معظم المجلات العالمية ، مثل باب Les Gens ( الناس ) فى مجلة Paris Match الفرنسية ، و People ( الناس ) فى مجلة Time الامريكية ، وباب ( صانعوا الاخبار ) فى مجلة الامريكية ) .

وعمل كهذا خاصة الشق الاول منه ـــ قد يكون مفاجئا للقارىء وقد يشكل صدمة له ، تجعله ينفر من المجلة .

لذلك اتخذ حلا وسطا ، وهو التغيير التدريجى ، تقرر عمل شريط طوله ١٠ سم ، فى أسفل كل صفحات المجلة ، يضم موضوعات انسانية خفيفة Human Beatwes ، يحقق من خلاله هدفين : الاول : التخفيف من قطع المجلة الكبير ، وتقسيمها الى ما يشبه المجلتين آخـــر ســاعــــة « العادية » وآخر ساعة الانسانية ، والثانى : أن يجد متنفسا للمـــواد ذات المحتوى الانسانى وبذلك يحقق هدفا اخراجيا وهـــدفا تحريريا فى وقت معا (٤١) .

فالهدف من التغيير فى السياسة التحريرية هد ان يجد القراء مجلة تروق لهم باستمرار ، وبدون أن يصدموا بأى تغيير ، ولكن لهذه القاعدة استثناء ، فالتغيير ضرورة عندما يثبت للنـــاشر او لرئيس التحـــرير أن سياسته التحريرية غير جماهيرية ، وغير فعالة ، وغير ناجحة ، وهنا ينبغى الا يتباطأ فى تصحيح الاخطاء ، والتغيير بسرعة ، وليبدأ فى طريق صغير فى التبويب أو فى المظهر الاخراجى، ثم تتلاحق التغييرات تدريجيا(٤٢)

## ثانيا : قرارات على المستوى الاقتصادى :

وهذه القراراتتتعلق بتدبير الحصول علىالاموال للمشروع ومراقبة استخدامها الاستخدام الاقتصـــادى الامثل : فالمجلة كمشروع صنـــاعى وتجارى فى وقت معا تحتاج الى الاموال لشراء الاصول الثابتة أو الصرف عليها ، فيما يسمى بالمصروفات شبه الثابتة ، وأهمها أجور المحـــررين والفنيين وكافة العاملين وأقساط التأمين ، وايجـــارات المبانى اذا كانت المجلة تستأجر لمخازنها أو ادارتها شيئا من ذلك .

كذلك يحتاج اصدار المجلة الى اموال تكفى لمقابلة الاصول المتداولة، أو ما يسمى بالمصروفات المتغيرة واهمها : ثمن الورق والاحبار والضرائب ونفقات التوزيع ونفقاتالاعلان والدعاية،وكذلك ما سوف يتم انفاقه على الاستثمارات الجديدة بالتوسع فى انشاءات جديدة ، وبالاحلال الجديد محل القديم ، وبتطوير خدماتها الصحفية ، وهذه القـــرارات تهدف الى

اختيار نمط الملكية ، وتحديد نفقات التمويل وحساب نفقات الاصـــدار ووضع الميزانية(٤٣) .

## (أ) اختيار نمط الملكية

بدأت الصحف جرائد ومجلات ــ كمشروعات فردية بسيطة ، حيث كانت المجلة ــ مثلا ــ تحرر وتطبع وتمتلك وتدار بواسطة شخص واحد ومع النمو الاقتصادى لصناعة الصحافة وتطورها التكنولوجى ، تعقدت أنماط الملكية ، وتنوعت وتشعبت ويمكن حصر اكثرها شيوعا فى الانماط التالية (٤٤) :

### (١) الملكية الفردية : gndiuidual Ounership

وهو نمط اكثر شيوعا فى المجلات والجرائد الاسبوعية ، وعـــادة ما يكون المالك للصحيفة هو رئيس التحرير والمدير ، وعندما تظهر ضرورة يخدم فى اى موقع فى المنشأة .

**المميزات :**

١ ــ رئيس التحرير المالك له السيطرة على صحيفته .

٢ ــ حرية المالك فى كل قراراته ، التى تتعلق بسياســـات الصحيفـــة تحريريا وتجاريا .

٣ ــ يحصل المالك على كل الارباح من عمله .

٤ ــ يرتبط المالك فى ذهن القارىء بصحيفته ، ويصبح الاثنان شيئـــا واحدا .

**العيوب :**

١ ــ الملكية الفردية ليست قابلة للتحول الى عمل تجارى متسع .

٢ ــ كل الديون توضع على عاتق المالك الفردى .

٣ ــ نجاح الصحيفة يعتمد بشكل كبير على قدرة مالكها ومركز ثقته .

٤ ــ من الصعب الحصول على القروض والمنح والمســـاعدات طويلة الاجل .

## (٢) ملكية المشاركة Partnership Ounership

وتحدث عندما يعقد شخصان او اكثر اتفاق ملكية شفويا أو كتابيا ، بغرض تاسيس صحيفة أو شرائها أو ادارتها .

**المميزات :**

١ ــ تسمح بجمع جهود أموال واشخاص ذوى مواهب وقدرات اقتصادية مختلفة .

٢ ــ قد يزيد راس المال نتيجة السماح لاشخاص آخرين بالمساهمة فى الاستثمار .

٣ ــ يخفف العبء عن المالك نتيجة تقسيم المسئوليات .

٤ ــ هناك حكم أو تقويم أو فكر لاكثر من عقل فى ادارة العمل .

**العيوب :**

١ ــ كل شريك معرض لديون الصحيفة الكلية ، وكل شريك يعرض الآخرين للديون اذا خاطر اقتصاديا بالدخول فى مشروعات قد تفشل

٢ ــ كل شريك يكون مسئولا عن أمور الصحيفة .

٣ ــ قد تحل الشركة ، اى لا تستمر ، فى اى وقت بوفاة اى شريك أو انسحابه أو بيع اى طرف نصيبه .

٤ ــ من الصعب الحصول على اتفاق طويل المدى فى بعض الاحيان .

٥ ــ الشريك غير المسئول بشخصه ، أو علاقات عمله ، قد يعرض الشريك الآخر أو الشركاء الاخرين لاضرار .

**ولهذا النمط من الملكية عدة اشكال :**

**١ ــ مشاركة عامة** Agenerel partn ership

اتفاق بين شخصين أو اكثر ، لتأسيس أو شراء صحيفة ، والاشتراك معا فى نشرها ، تعد الشكل الاكثر شيوعا من ملكية المشاركة، ولكنها قد تكون مسئولية غير محدودة .

ب ــ مشاركة محددة A Limited partnership

ويمكن هذا النمط من الملكية اى ناشر ، يكون بنفسه طرفا عاما ، من زيادة راس مال ملكيته ، مع اعطاء مسئولية محددة لهؤلاء الذين يزودونه براس مال اضافى .

والشريك المحدد يكون مسئولا عن الديون المحددة للصحيفة ، بالقدر الذى وافق على أن يساهم به استثماريا فى الصحيفة ، وليس له حق التعاقد للصحيفة وليس له سيطرة على أساسها .

جـ ــ شركة خاصة Joint Stook Company

وتتم عن طريق اتفاق تعاقدى ، ويتشكل مجلس للمديرين والمسئولين لادارة شئون الصحيفة ، وكل مساهم براس المال يكون مسئولا بنصيبه ربحا وخسارة كشريك .

(٣) ملكية الشركة Corporation Ownership

وهو نمط اكثر شيوعا فى الجرائد اليومية ، عنه فى الجرائد الاسبوعية او المجلات .

(٤) ملكية السلاسل او ملكية الجماعة Chain or Group Ownership

وتشبه بعض فروع الصناعة والتجارة ، حيث نجد سلاسل من الجرائد أو المجلات أو كليهما ، وتقوم بتدعيم استثمارات اقتصادية ، وأوامر واتجاهات تحريرية ، وتوجيه ادارى ، وتأخذ اكثر من شكل من بينها :

ا ــ الشركة القابضة :

وهذه الشركة قد تتحكم على الاقل فى ٥١٪ من اسهم كل جريدة ، او مجلة داخل السلسلة ، ويكون لهذه الشركة القابضة الاشراف على السياسات التحريرية للصحف داخل السلسلة ، وقد يسمح لكل صحيفة بتشكيل سياستها الخاصة بها ، وعادة ما تشترى المواد الخام المطلوبة مثل : الورق والاحبار والآلات والمعدات وباقى الامدادات الاخرى من خلال المقار الرئيسية ، وتطلب الشركة القابضة تقارير يومية واسبوعية وشهرية عن سير العمل فى كل صحيفة .

### ب ـــ مجالس المديرين :

وقد تدار الصحف منخلال مجلس من الموظفين والمديرين، وللناشرين داخل السلسلة ( المؤسسة ) استثمار متحكم فيه فى الصحف التى ينشرونها ، وقد يكون لهم نصيب فى صحف أخرى ، وهم يديرون صحفهم ، ويشكلون سياساتهم التحريرية بادارة واستشارة مسئولى ومديرى وموظفى السلسلة العامة . وفى العادة يوجد توجيه قوى من الشركة القابضة ـــ ان وجدت ـــ ويشجع رؤساء التحرير والموظفين بكل صحيفة ـــ بشكل عام ـــ على شراء أسهم فى هذه الصحيفة .

### (٥) ملكية العاملين Employement Ownership

تسمح خطة الملكية المحددة بواسطة بعض الناشرين فى صحف حديثة ، للعاملين بشراء أسهم فى الشركة التى تدير الصحيفة ، وفى بعض الاحيان يمتلك العاملون غالبية الاسهم ويتحكمون فى سياسات الصحيفة .

**المميزات :**

١ ـــ اعطاء حافز للعاملين للاشراف على حسن استثمار راس المال .

٢ ـــ الادارة المحسنة تساعد على خلق جانب أخلاقى عال .

٣ ـــ يمكن تحطيم الحواجز التنظيمية الداخلية بسهولة ، وتجرى تغييرات ضئيلة فى الاشخاص .

٤ ـــ الاسئلة المتعلقة بالاجور ، وساعات العمل ، والانتاج تفهم بشكل جيد ، وتعالج بشكل أسهل .

**العيوب :**

١ ـــ يعطى لطول مدة العمل الاهمية الاولى على القدرات الانتاجية .

٢ ـــ قد تمتزج العاطفة بالحكم الجيد فى ادارة الصحيفة ووضع سياستها

٣ ـــ فرص اشتراك العاملين فى الادارة اقل .

٤ ـــ بيع الملكية صعب .

## ٦ ــ الملكية الرأسية Vertical Ownership

وتعنى ان تكون الصحيفة ــ جريدة او مجلة ــ ملكية عامة ، فشركة ــ على سبيل المثال ــ تمتلك وتدير جريدة كبيرة فى مدينة ، وقد تمتلك وتدير مجلتين ومحطة للاذاعة ، ومصنعا للورق ، وشبكة للنقل ، ووكالات للأنباء والاعلان ، وهذه المؤسسات المختلفة تشارك او تساهم فى نجاح الصحيفة (٤٥) .

وقد يطلق على هذا النمط من الملكية Cross Media Owner

اى ملكية وسائل الاعلام المشتركة ، عندما يمتلك الناشر جرائد ومجلات ومحطات للاذاعة ، واستوديوهات للسينما ، ومصانع ورق فى آن واحد .

وقد يسمى Conglomerates اى الشركات المختلطة عندما تمتلك المجلة أو تدار بواسطة مجموعة شركات مختلفة ومتباينة : شركات للمطاط ، والسيارات ، والطيران ، والسينما ، مثلا (٤٦) .

**المميزات :**

١ ــ توفر الخدمات التى تحتاجها الصحيفة والمواد الخام اللازمة لادارة عملها بنجاح .

٢ ــ ترتبط الصحيفة بوسائل الاتصال الاخرى فى اعطاء خدمة الى منطقة محددة .

٣ ــ تساعد على تخفيض النفقات العامة لاصدار الصحيفة ، وتزود باستثمار علمى لارباحها .

**العيوب :**

١ ــ توسع من اهتمامات الناشر ومسئولياته الى درجة قد تقلل من انتباهه الى الصحيفة او المجلة التى يصدرها .

٢ ــ قد يوظف راس المال ، الذى يمكن استغلاله فى تطوير وتجديد الصحيفة ، فى خدمة تمويل المشروعات الاستثمارية الاخرى المملوكة بشكل مشترك .

## ٧ ــ الملكية التعاونية Joint Ownership

نظام للعمل التعاونى بين صحيفتين مختلفتين فى نمط الملكية خلال نفس المجتمع ، ويتجه اليها الآن بعض الناشرين لتقليل نفقات الصيانة

والادارة والتشغيل ، فالصحيفتين — مثلا — قد يطبعا معا فى مطبعة واحدة ، مع احتفاظ كل صحيفة بمكاتبها الاخبارية والادارية وهيئة تحريرها وادارة الاعلان والتوزيع ، والسياسة التحريرية الخاصة بها .

ويتم توقيع اتفاق يضع الاساس للارتباطات والالتزامات التمويلية لكل صحيفة او شركة لتكون ممثلة راس المال لكلا المالكين .

**المميزات :**

١ — تقليل نفقات الصيانة والتشغيل ، وزيادة الساعات الانتاجية فى المطابع والاقسام الفنية .

٢ — تنمو علاقات اكثر ودية بين الصحف فى ميدان المنافسة .

٣ — انتباه الناشرين والمالكين يتركز على خدمة المجتمع المحلى اكثر من المنافسة ، ولذلك قد يعطوا مجتمعهم المحلى خدمة صحفية أكثر وحدة واكثر اكتمالا .

٤ — عادة ما يسمح للمعلنين بشراء مساحة فى كلا الصحيفتين ، بسعر مشترك ، أو فى صحف منفصلة حسب سعر الصحيفة .

٥ — المعالجة الاخبارية المشتركة لبعض الاعلانات ، وربما بعض الموضوعات الاخبارية تسمح بتقليل عدد الاشخاص فى بعض القطاعات الاعلانية او الاخبارية ، او فى القسم الميكانيكى ( الجمع والتوضيب والمطابع ) مما يؤدى الى خفض النفقات .

**العيوب :**

١ — قد تقل جهود التطوير نحو الامام ، بسبب الانتفاء الجزئى لعنصر المنافسة .

٢ — قد يسعى الناشرون — مع تقليل المنافسة — الى الحصول على أرباح أكثر مما تستحقه الخدمة الصحفية التى يقدمونها .

٣ — قد ينتج عن التسهيلات الانتاجية المشتركة ، وضع معايير واحدة ، تؤدى الى ان تفقد الصحيفة فرديتها او شخصيتها المميزة .

## ٢ ــ تحديد مصــادر التمويل

المجلة مثلها مثل اى نتاج ثقافى او اعلامى ، ينتج بواسطة وسائل الاتصال بالجماهير ، هى سلعة تطرح فى السوق لتباع وتربح ، ربحـا كافيا لاقناع المؤسسة التى تنتجها بانها تستحق الاستمرار فى الصدور ، وان كانت هناك استثناءات لهذا القاعدة فى الدول الاشتراكية وبعض دول العالم الثالث ــ ، ويمكن تمويل وسائل الاتصال بالجماهير أو المؤسسات الثقافية أو الاعلامية ومنها المجلة من خلال اربعة مصادر رئيسية (٤٧) هى:

### المصدر الاول : التوزيع :

أو عائد مبيعات نسخ المجلة ، يعد المصدر الوحيد لتمويل صناعة نشر الكتاب ، وهناك انتاج اعلامى لا يزود منتجه بدخل من توزيعـــه أو عرضه مثل برامج التليفزيون ، باستثناء البرامج الممولة أو المكفولة ، أو البرامج التى تصدر الى الخارج ، اما المجلة فان توزيعها يشكل حوالى ٤٠٪ من دخلها ، ان لم يزد فى بعض الاحيان عن ذلك .

### المصدر الثانى : الاعلان :

او الايراد الناتج عن نشر الاعلان بالوسيلة الاعلامية ، وقد يضيق نطاق الاعلان بل لا يعتمد عليه كمصدر بالنســبة للكتب فليس له علاقة بها ( وان كانت الاعلانات قد بدات تتسلل الى الكتاب فى العالم وفى مصر بعد ارتفاع اسعار الطباعة ، وعدم توافر المقابل المادى المجزى للمؤلف فنجد بعض المؤلفين يضعون اعلانات داخل الكتاب تمكنهم من طبعه ونشره بشكل يحقق عائدا مجزيا لهم ، ولكن فى الوقت نفسه نجد ان الاعلان هو شريان الحياة بالنسبة للجرائد والمجلات والاذاعات التجارية ، وقد نما الاعلان كصناعة ضخمة بعد تطور البيع التنافسى للصــناعة المميزة على مستوى كبير فى القرن التاسع عشر ، وهو يشكل الآن حوالى ٦٠٪ من دخل المجلة .

### المصدر الثالث : الاشتراكات :

أو اشتراكات الجمهور ، القراء فى الجرائد والمجلات ، والمشاهدين والمستمعين فى الراديو والتليفزيون فى شكل رسوم الترخيص أو الحيازة التى تعد فى بعض البلاد ( مثل بريطانيا ) مصدرا رئيسيا للتمويل ، والقراء يدفعون قيمة اشتراكاتهم فى الجرائد والمجلات الى دور النشر ، امـــا المشاهدين والمستمعين فيدفعونهـــا الى الحكومة التى تدير محطـــات الاذاعة .

## المصدر الرابع : الدعم الرسمى :

ويظهر هذا النوع من الدعم الرسمي للوسائل الثقافية والاعلامية فى الدول الاشتراكية وبعض دول العالم الثالث ، ويصل هذا الدعم الرسمى ( الحكومى أو الحزبى ) الى هذه الوسائل الاتصالية والاعلامية عبر جسور متنوعة : الدعم الحكومى المباشر للصحف ، مخصصات الحزب الحاكم الاعلامية ، تعويض خسائر الصحيفة ( جريدة أو مجلة ) ، توزيع الاعلانات الحكومية على الجرائد والمجلات أو محطات الراديو والتليفزيون بشكل مركزى حكومى (مثل الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان فى بغداد التى تقوم بتوزيع الاعلانات الحكومية على كل وسائل الاعلام العراقية ) ، وقد يكون الدعم من خلال توقيع عقود شراء نسخ أى اشتراكات طويلة الاجل لعدد كبير من النسخ .

تلك هى المصادر المتوقع الحصول على تمويل للمجلة منها ، بعد صدورها واستمرارها ، ولكن من أين تحصل المجلة على احتياجاتها المالية الى أن تصدر ؟! يمكن تدبير ذلك من خلال :

### ١ ـ راس المال :

وهو المبالغ التى يساهم بها المؤسسون فى اقامة المشروع ، وما يجمع من المدخرين الذين يرغبون فى استثمار أموالهم نظير حصولهم على حصة من الارباح نظير ما يشترونه من أسهم ، وهذه المبالغ تستخدم فى التأسيس وشراء الاصول الثابتة ، وهذا قد يكون كافيا للتشغيل فى المرحلة الاولى من حياة المجلة .

### ٢ ـ القروض :

التى يمكن الحصول عليها من البنوك والمنشآت المالية ، ولا ينبغى بحال ان يعتمد المشروع فى تمويل اصوله الثابتة على القروض ، حيث أن للقروض اجلا معينا ، لابد من سداده حينما يحين ، اما تمويل الخامات والبضائع فيمكن ان يتم عن طريق القروض قصيرة الاجل ، والتى يتفق موعد استحقاقها مع موعد تحصيل الديون التى تستحق للمشروع .

وفى بعض الحالات تعتمد المشروعات الاقتصادية على القروض الطويلة فى الأجل لمواجهة التوسعات والعمليات الانشائية التى تدر عائدا محسوبا بدقة بعد فترة محددة تتفق مع تاريخ استحقاق القرض ، بحيث يكون ذلك العائد موثوقا ، واذا تعذر الحصول على القروض الطويلة فى الاجل ، قد يعتمد المشروع على اصدار سندات كل منها بقيمة محددة

ولاجل معين محدد ، ويمنح صاحبه فائدة معينة ينص عليها فى شـــــهادة السند .

٣ ـ التسهيلات الائتمانية :

التى يمنحها الموردون للمشروع والتى ينص عليها فى عقود التوريد ، حيث يقبل بعضهم أن يورد خامات أو آلات ( حبر ـ ورق ـ رصاص ـ زنك ـ افلام ـ آلات جمع ـ طباعة ـ حفر ) على ان يتقاضوا قيمتها على أقسام على فترة زمنية مستقبلة .

٤ ـ ما تمنحه الدولة من اعانات أو ما تخصصه له من اعتمادات :

فاذا ما رأت أن للمشروع أهمية خاصة فى الاقتصاد القـــومى أو سد حاجة المستهلك ( القارىء هنا ) الرئيسية (٤٨) ( مثل انشاء حكومة الثورة ـ فى عهد الرئيس جمال عبد الناصر ـ دار التحرير للطبـــاعة والنشر ، واصدارها لمجلة بناء الوطن ) .

٣ ـ حساب نفقات الاصدار ووضع الميزانية التقديرية

فى حساب نفقات اصدار مجلة نعالج ناحيتين (٤٩) :

الاولى وتتعلق بالتحرير :

وتختلف طريقة حساب تكلفة تحرير المجلة ، فالبعض يحسب تكاليف التحرير بعد تحديد أعداد المحررين الاســـاسيين والـــكتاب الاحـــرار ( الصاحفين ) من الخارج ، وكذلك الموظفين الاداريين المعاونين لهم فى باقى ادارات المجلة الاقتصادية والفنية والتجارية وحساب أجـــورهم ، والبعض الآخر يحسب التكاليف برصد ميزانية لكل صفحة تحريرية ، ولا ينبغى لرئيس التحرير ـ بأية حجة كانت ـ ان يتعدى الحصة المخصصة له ان لم يكن على مستوى الصفحة ، فعلى الاقل بالنسبة للعدد الواحد ، ولا يمكن قبول أى استثناء ، فالتجربة أوضحت أن التجاوزات لا تسترد من عدد آخر . أما اذا رأت الادارة العامة ذلك لسبب استثنائى فيمكنها أن تقرر اعتمادا استثنائيا ، ويمكنها أن تموله من ميزانية مخصصة لبند آخر ـ غير التحرير ـ كنوع من الاحتياط .

والناحية الثانية تتعلق بالصناعة :

وتتكون نفقات المجلة الصناعية من نوعين من النفقات ـ كأى نشاط صناعى آخر ـ وهما :ـ

**(١) النفقات الثابتة وتشمل :**

| | |
|---|---|
| ١ ـــ الجمع | La Composition |
| ٢ ـــ النقش التصويرى | La Rotogravure |
| ٣ ـــ التوازن ( اللصق ) | La frais de colage |

**(٢) النفقات المتغيرة وتشمل :**

١ ـــ الورق
٢ ـــ الطباعة
٣ ـــ التغليف ـــ التجليد .
٤ ـــ النقـــل .

وفى حساب سعر التكلفة ينبغى التركيز على معــرفة هـــــذه المعلومات :

ـــ سعر الورق والطباعة ( لكل ملزمة ) .

ـــ سعر التغليف ، والتجليد والنقل ( لكل نسخة ) .

ـــ ملخص النفقات الثابتة والمتغيرة طبقا لطبيعة النفقات ( نفقات سابقة ولاحقة ) .

ـــ ملخص النفقات لكل نسخة .

وبعد تجميع المعلومات السابقة يمكن الوصول الى :

ـــ التقدير الجزئى لتكاليف كل عدد من الصفحات،أو لكل رقم من التوزيع.

ـــ مقارنة رقم التوزيع بالنفقات المرتقبة مع الميزانية .

ـــ السعر المتوسط والسعر الحدى سواء للنسخة أو لألف صفحة (٥٠).

**الميزانية التقديرية :**

على أساس المعلومات السابق التوصل اليها يمكن وضع الميزانيـــة التقديرية للاستثمار والتى تشمل النفقات الثابتة ، والميزانية النقديرية للتشغيل ، ونقارن مصادر التمويل ونختار انسبها ، ونضع خطـــة للتمويل على أساس :

( أ ) تحديد مصادر التمويل وكمية راس المال التى يمكن الحصول عليها من كل منها وطريقة تجميعه .

(ب) سياسات التمويل .

( جـ ) جدول زمنى لعملية تجميع رأس المال .

بعد ذلك يتم تجميع راس المال ، وعلى اساس رأس المال المتوافر يتم تعديل الميزانية العامة للمشروع لتشمل تفصيلا دقيقا للاستثمارات والمصروفات الجارية .

وبالحصول على الدفعات الاولى من رأس المال يمكن البدء فى تجميع الموارد البشرية وتنسيق خطواتها بحيث يستكملا فى نفس الوقت تقريبا وذلك حتى يمكن الشروع فى عمليات التنفيذ فى اقرب وقت (٥١) .

## ثالثا : قرارات على المستوى الفنى

يواجه المخطط لاصدار مجلة بمجموعة من البدائل والخطط والطرق والاشكال الفنية وعليه دراستها بشكل جيد ، لاختيار افضلها لمجلته ، واتخاذ قرارات اساسية تتعلق بالتصميم الاساسى للمجلة ، واختيار نوع الطباعة ، واسلوب الجمع ، ونوع الورق ، ونوع الحبر ، ثم الوصول الى اتفاق مع طابع بعد اتخاذ هذه القرارت التى على اساسها سيتحدد « شكل » المجلة .

### ١ ـ التصميم الاساسى للمجلة Basic Design

التصميم الاساسى لمجلة ما يتكون من تلك العناصر التى تتعلق بالمظهر وهى تبقى ثابتة نوعا ما ، وينبغى أن يبقى كذلك لفترة والا فان القارىء لن يتعرف بسهولة على صديقه القديم (٥٢) .

ويرتبط التصميم الاساسى بشكل وثيق بالسياسة التحريرية الاساسية ، وعلى الرغم من عدم اشتراك رئيس التحرير ومعاونيه فى هذه العملية ، بقدر اشتراك المصمم أو المشرف الفنى وسكرتير التحرير ، الا ان مسئولية رئيس التحرير ـ الذى لابد وأن تكون لديه فكرة جيدة واضحة عن هدف المجلة وغرضها ورسالتها ، أن ينقل هذه الفكرة الى المسئولين عن وضع التصميم الاساسى للمجلة ، وتكون مهمة هؤلاء المسئولين بعد ذلك هى الوصول الى قرارات بالنسبة للعناصر التاليـة : ـ

## ١ — عنوان المجلة Title :

لابد وأن يتم اختياره بعناية ، ينبغى ان يتصف بالوضوح ، وسهولة النطق ، والترديد ، والشيوع ، وغالبا ما يتكون من كلمة واحدة ، ترتبط بغرض المجلة ، وأن يعد فنيا ( يجمع — يرسم — يكتب ) بشكل جيد ، لانه سوف يلازم المجلة طوال حياتها .

## ٢ — القطع Format :

ومعناه ابعاد المجلة ( طولها وعدد أعمدتها ) ، وقد تستعمل الكلمة Format لتصف أساليب اخراج المجلة وبرنامجها العام (٥٣) .

وهناك ٤ تصنيفات للمجلة من حيث القطع (٥٤) هى :

| التصنيف | الابعاد | نماذج |
|---|---|---|
| الكبير Large | ٢٨×٤٠سم ( ٤ عمود × ١٧٠ سطرا ) | Bbony الامريكية ، و « الحوادث » البيروتية ، و « آخر ساعة » . |
| المسطح Flat | ٢٥×٣٥ سم ( ٣ عمود × ١٤٠ سطر ) | Newsweek ، وحواء وروز اليوسف وصباح الخير والكواكب والصياد . |
| العادى Standard | ٢٠×٢٨ سم ( ٢ عمود × ١١٩ سطر ) | National Geographic |
| الجيب أو الصغير Pocket & Small | ١٤×٢٠ سم ( ٢ عمود × ٨٥ سطر ) | Reader's Digest. الهلال ، العربى ، طبيبك الخاص . |

وقد هجر عدد كبير من الناشرين القطع الكبير ، وفقد الحجم الصغير أو حجم الجيب تفضيله باستثناء الـ Reader's Digest

## ٣ — عدد الصفحات لكل طبعة :

وهناك اتجاه لتخفيض عدد الصفحات فى كل المجلات ، بسبب النقص المستمر فى الاعلانات ، ويرجع ذلك الى منافسة التليفزيون وارتفاع اسعار الورق — ولكن المجلات عادة ما تزيد صفحاتها بزيادة الاعلانات ، ونادرا

ما نجد الآن مجلة تستقر على عدد محدد للصفحات ، بل تحدد معظم المجلات رقما تدور حوله زيادة ونقصانا .

**٤ — القطع العام لصفحة المجلة :** Time

ومساحة المطبوع منها .

**٥ — دورية الصدور :**

أسبوعية ، نصف شهرية ، شهرية ، ربع سنوية ، نصف سنوية أو سنوية .

**٦ — وزن المجلة :**

يتوقف هذا على وزن الورق ونوعه .

**٧ — تصميم الغلاف :**

أين ستوضع اللافتة Name Plate ( اسم المجلة : عنوانها ) ؟ وكيف ؟ وما الشكل الفنى الذى سوف يظهر الغلاف به ؟ أو الطابع الثابت ؟

**٨ — نوع الطباعة :**

بارزة ، غائرة ، أم ملساء ؟ (٥٥) .

وفى بعض الاحيان قد ينسى المصمم فى حماسه لتصميمه وظيفة التصميم ، مثله مثل مصمم العربات ، يبحث عن الجمال والمتعة البصرية، بينما عليه أن يضع تصميمات تمتع البصر ويكون لها مبرر وظيفى فى وقت معا (٥٦) .

لذلك ينبغى عليه أن يفكر دائما فى قرائه : من حيث الجنس ، العمر ، الاهتمام ، المستوى الاقتصادى ، والتعليمى .

ويسأل دائما : ما الغرض من المجلة ؟ وكيف يمكن للمجلة أن تحقق ذلك الغرض ؟

وتكون الاجابة عن طريق أنماط معينة من المضمون الذى يوضع فى شكل فنى مناسب ، وقد يقفز سؤال آخر الى الذهن : هل سيحتاج

القراء الى قراءة قدر معقول من المتن ؟ أم أن الجـزء البصرى ( المحتوى على الصـور والرسوم ) هـو الاساس وسيكون له قيمة كبيرة فى تحقيق اغراضـه ؟.

## ٢ ـ اختيار نوع الطبـاعة

اتساع نطاق عمليات الطباعة ، والتقدم التكنولوجى المضطرد ، فى اساليبها ، جعل عملية اختيار نوع الطباعة شـيئا صعبا ، وعلى الرغم من ذلك فهنـاك عوامل نسـتطيع عن طريقهـا ، تقـدير اى أنـواع الطباعة صـالح ومناسب ومثـالى لطباعة مجلة ما ، وتشـمل هـذه العوامل (٥٧) :

| | |
|---|---|
| ١ ـ امكانية الحصول عليها | A Vailability |
| ٢ ـ التكلفة | Costs |
| ٣ ـ آخر موعد لوصول المواد الى المطبعة | Read line |
| ٤ ـ عـدد النسـخ | Number of copies |
| ٥ ـ نوع الورق | Type of paper |
| ٦ ـ استعمال الصـور | Use of photographies |
| ٧ ـ مستوى الجودة | Quality level |

ولعل مقارنة سريعة لطرق الطباعة الثلاث الرئيسية تشرح كيف يمكن للمخطط أن يتخذ قرارا باختيار نوع من أنواع الطباعة الثلاث لطبع مجلة ، وفقا للعوامل السابقة .

### ( أ ) الطباعة من المسطح البارز Letter Press

تعتبر أكثر طرق الطباعة شيوعا وأقدمها وأوسعها انتشـارا ويصطلح على تسميتها « عمليا » ـ تيبو ـ ، وتطبع بها جميع الجرائد ومعظم الكتب وبعض المجلات ، وعدد من المطبوعات ، وتنقسم الى نوعين : الطباعة المسطحة بنوعيها المباشرة وغير المباشرة ، والطباعة الـدوارة « الروتاتيف » والتى تطبع بها الجرائد وبعض الكتب والمجلات (٥٨) .

**واهم سمات الطباعة البارزة :**

* سرعة عالية ، وكفاءة فى طباعة احجام منوعة من المطبوعات ، الملونة او الاسود والابيض فقط .

* كفاءة عالية خلال دورانها .

* اللوحات الطابعة تكون بشكل عام اكثر تكلفة عن مثيلتها فى الطباعة من المسطح الاملس ( الملساء ) ولكنها اقل تكلفة تقريبا من الطباعة من السطح الغائر .

* قدرة على الطباعة من الجمع اليدوى او الآلى للحروف ، وايضا من اللوحات الطباعية الاصيلة او المنسوخة .

* اللوحات المنسوخة ( طبق الأصل ) تكن اغلى نسبيا واكثر انواعها استعمالا هى الالكتروتايب والستريوتايب ، واللوحات البلاستيك والمطاط .

* تطبع بشكل جيد على ورق الكتب ، وفى حالة طبع لوحات ظلية halftones ينبغى أن يصقل الورق Calendered أو يلمس Coated .

* قبول للورق من اى سمك ابتداء من أرق الانواع الى اسمكها .

* عندما يتم الطبع من حرف معدنى أصلى أو سالبيات ، يمكن تغيير اى حرف من المطبوع بدون الحاجة لطباعة كل اللوحات الجديدة .

* قدرة على الطباعة قصيرة المدى من حروف وكليشيهات ، التى تناسب المطبوعات التى تتطلب ترقيما كالتذاكر والاستمارات ، والبطاقات ، والمطبوعات الطويلة الدقيقة الدوارة حيث يمكن استهلاك اللوحات المعدنية الطابعة عبر عدد من الطبعات .

* استخراج التجارب ( البروفات ) رخيص نسبيا .

* تتطلب كثيرا من الوقت للتحضير النهائى للكليشيهات ، ونحوها بوضع الورق المقوى تحتها لكى تبرز على نحو متساو ( لا تفاوت فيه ) لتعوض عن السمك المنوع للمواد المستعملة : الحروف ، اللوحات الطابعة ، الكليشيهات .... الخ (٥٩) .

## ٢ ــ الطباعة من السطح الغائر Rotogravure

وهى عكس الطباعة من السطح البارز ، حيث تكون الحروف والاشكال المراد طبعها محفورة وغائرة فى السطح وليست بارزة عالية . وتنقسم طرق الطباعة الغائرة كذلك الى نوعين هما : الطباعة الغائرة المسطحة (*) والطباعة الغائرة الدوارة ، والاخيرة اكثر شيوعا

---

(*) طبعت مجلة المصور بهذه الطريقة فى سنوات صدورها الاولى .

واستعمالا فى عـــدد كبير من المجلات ، خاصة المصورة ومن امثلتها كـــل مجلات دار الهلال والمصور ، حواء ، الكواكب ، سمير ، ميكى ، الهلال ) ، وكذلك مجلتا السينما والمسرح ، والسينما والناس ، وعدد من المجلات المتخصصة ، والتى تستخدم الالوان بنسبة كبيرة ، كمـــا اســـتعملتها بعض الجرائد المصرية لفترة ـــ لطبع الملاحق Supplements او الاقسام الاضافية بها Insertions التى كانت تصدرها بعض جرائدنا فى بداية السبعينات مثل : ملاحق الاخبار ، والجمهورية ، والصفحة الاخيرة ـــ الموضوع الرئيسى العلوى ـــ المصور فى جريدة الاهرام .

ويصطلح على تسمية هذا النوع من الطباعة « بالروتوغرافور » .

**واهم سمات الطباعة من السطح الغائر : ـــ**

* كفاءة عالية ، وطباعة سريعة للمواد المطبوعة الملونة وغير الملونة .
* كفاءة متسقة خلال الدوران .

* تعطى نتائج جيـــدة فى الالوان والاسود والابيض عن كـــل انـــواع الطباعة .

* أكثر اقتصادا للطبعات ذات الاعمدة الضخمة Long runns فى سرعة عالية وبوضوح تام ، والطبعات ذات الاعمدة القليلـــة Short runs يمكن ان تطبع بسعر افضل من سعر الطباعة من السطح البارز أو الطباعة من السطح الاملس وبالجودة نفسها .

* تكلفة اللوحات المعدنية أو الاسطوانات اغلى من لوحات الطبـــاعة من الســـطح البارز أو الاملس ، وكذلك عمـــل نســـخ منها ، ولـــكنها تدوم وقتا أطول .

* قدرة على الطبع على الاسطح مختلفة النوعية ، ولكن نتيجة الطبع على الورق الأملس أو المصقول تكون أفضل ، وكذلك يكون الطبـــع جيدا على الورق الرخيص غير المصقول ، ومثـــال ذلك مـــلاحق الاحـــد Sunday Supplements التى تطبع بالطريقة الغـــائرة فى المملكة المتحدة مثلا .

* التصحيحات Conglomerates تكلفتها عالية لانها تتطلب لوحا معدنيا جـــديدا .

* التجارب Proofs (البروفات ) تكون أعلى تكلفة عنها فى كل من الطباعة من السطح البارز أو الاملس .

* افضل لطباعة الصور ذات الدرجات اللونية Tones المستمرة ، عنها فى الطباعة من السطح البارز خاصة تلك التى تكون لها زوائد رفيعة Strankes أو حروف ذات زنابات Serifs أو فى حجم أقل من بنط ٩ .
* تعطى تأثير قويا فى الدرجات اللونية المستمر (٦٠).

## ٣ ــ الطباعة من السطح الاملس Lithography

وتقوم نظريتها على قاعدة ان الماء والدهن لا يمتزجان ، وكان الاصل فى هذا النوع من الطباعة استخدام الحجر الجيرى ليكون هو السطح الطابع على أساس معالجته كيميائيا ونقل الاشكال المطلوب طباعتها عليه باستخدام حجر وطباشير دهنى ثم ترطيبه بالماء وتحبيره ثانية بالحبر الدهنى حيث يعلق بالاجزاء المراد طبعها ولا يعلق بالاجزاء الاخرى فتظهر بيضاء عند اجراء عملية الطباعة ، غير أن هذه الطريقة كانت تتسم بالبطء الشديد فضلا عن التقصير الذى يشوب عملية اعدادا السطح الطابع واتمام الطباعة ، مما دعا الى ضرورة تطويرها لتصبح أيسر واسهل وادق ، وبالفعل استبدل الحجر الجيرى بالالواح المعدنية الرقيقة كما أستخدم التصوير الفوتوغرافىفىنقل الاشكال الى سطح هذه الالواح فضلا عن استخدام الطباعات الدوارة (٦١) .

ويصطلح على تسميتها فى مطابعنا : بالاوفست ، ويستخدم هذا النوع من الطباعة فى طبع معظم المجلات العالمية مثل Paris - Match, Life, News week, Time وفى مصر يستخدم فى طبع اغلفة بعض المجلات العامة المصورة مثل آخر ساعة والمصور وبعض ملاحقها واعلاناتها .

ومؤسسة روزاليوسف أولى الدور الصحفية ألتى ادخلت هذا النوع من الطباعة ، حيث تطبع به الآن : مجلات روز اليوسف ، صباح الخير ، تجارة العرب ، الوادى والكتاب الذهبى ، وكل المطبوعات التجارية التى يقوم بتنفيذها القسم التجارى .

وأحد ثمؤسسة صحفية فى مصر ، وهى مؤسسة اكتوبر تستعمل هذه الطريقة فى طبع المجلة التى تصدرها وهى مجلة اكتوبر منذ عام ١٩٧٦ .

**واهم سمات الطباعة من السطح الاملس :**

* قدرة على طبع مطبوعات من احجام متنوعة ، ملونة وغير ملونة وبتكلفة رخيصة نسبيا .

* تتطلب مزيدا من الانتباه عن الطباعة البارزة أو الغائرة للاحتفاظ بالصورة متسقة خلال الطباعة .

* اللوحات الطابعة تكون رخيصة نسبيا وتتطلب وقتا قصيرا لتجهيزها بالمقارنة باللوحات الطابعة فى الطباعة من السطح البارز والغائر .

* اللوحات المنسوخة تكون اقل تكلفة .

* اللوحات الطابعة يمكن ان تطبع من سالبيات الفيلم أو ايجابياته .

* كفاءة عالية فى الطباعة على الورق الاملس والمصقول ، وقدرة على الطباعة الفعالة على الورق ذى السطح الخشن أيضا .

* التصحيحات Corrections تتطلب تجهيز لوحة جديدة ولكن اللوحات ليست غالية التكلفة .

* التجارب Proofs ( البروفات ) يمكن سحبها اما علىآلة الطباعة نفسها ، أو بواسطة آلات خاصة للتجارب .

* تعطى المصمم حرية ابداعية كبيرة وتنويعا كبيرا ، ومن السهل طباعة الظليات halftons ، والدرجات اللونية ( الـ tones ) الناعمة والدقيقة (٦٢) .

## ٣ — اختيار اسلوب الجمع

هناك أربعة أساليب لجمع الحروف Typestting فى أى مطبوع صحفى وهى :

### ١ — الجمع اليدوى Handset

وفيه تجمع الحروف باليد ، ولم يتغير هذا الاسلوب منذ عصر جوتينبرج فى القرن الخامس عشر ، فمازال عامل الجمع ( الجميع أو الموضب ) يعمل بالادوات نفسها : الصندوق والمصف وجدول المصف التى تضم داخلها مجموعة ( أطقم ) الحروف الطباعية المسوكة باحجام مختلفة وأدوات معينة يستعين بها العامل على انجاز مهمته . ويعيب هذا الاسلوب البطء الذى لا يناسب احتياجات الصحافة فى القرن العشرين .

## ٢ ــ الجمع الآلى Machine set

وفيه تجمع الحروف آليا ، ويتم تشكيل الحرف من المعدن المصهور . لهذا السبب قد يسمى الحرف ( المجموع آليا ) بالحــرف الساخن hot type

وقبل ان يتم الوصول الى أســلوب الجمع التصــويرى ، كان الجمع الآلى اكثر انواع الجمع استعمالا ، وهناك أربـــع آلات شهيرة للجمع الآلى :

### ( أ ) آلة اللينوتيب Linotype :

تتميز بجمعها الحروف سطرا سطرا ، وتوفر الوقت والجهــد ، ولكن اى خطأ فى الســطر يستدعى جمعــه كله ، وهى تصلح للجرائد والمجلات .

### (ب) آلة المونوتيب Monotype :

وتتميز بجمعها للحروف حرفا حرفا ، وتأخذ وقتا وجهدا ، واذا حدث خطأ يستدعى ذلك اعادة جمع الحروف فقط ، وتصلح لجمع متن الكتب والمطبوعات الدقيقة .

### (ج)آلة الانترتيب Intertype :

وتجمع الحروف سطرا سطرا ، ولهذا تســمى اللينوتيب والانترتيب احيانا الــ Line Casting Machine أى آلات الجمع السطرى ، وهذه الآلات الثلاث تستخدم لجمع المتن ــ أما العناوين فكانت ترسم بالريشة على يد الخطاط ، حتى ظهرت آلة خاصة بجمع العناوين .

### ( د ) آلة لدلو Ludlow :

وهى متخصصة فى جمع العناوين من أبناط مختلفة ، وان كانت بعض المجــلات المصرية حتى الآن ، لا تســتعمل فى كتابة عناوينها الا ريشة الخطــاط .

## ٣ ــ الآلة الــكاتبة Typewriter

وفيه يتم جمع الحروف عن طريق الآلة الكاتبة وتسمى هذه الطريقة بالــ Typewriter Composition ، أو الــ Typography وتســتعمل فى المطبوعات التى ترصد لها ميزانية قليلة ، ولا تحتاج فى المتن الا للحروف

فقط ، بدون صور او رسوم ، وتزود بوحدة حاسب الكتروني ، وشريط ممغنط ، وهي مرتفعة التكلفة وغير شائعة في الصحف أو المجـلات ، ولا تستعمل في مصر الا في مؤسسة الاهرام .

### ٤ ـــ الجمع التصويري Photocomposition

أحدث تطور في صناعة آلات الجمع ، وهو اسرع وأرخص ـــ نسبيا ـــ وأكثر اساليب الجمع مرونة بوسائل تصويرية وتصلح آلاتـه للاستخدام مع الطباعة من السطح الاملس ( الاوفست ) اكثر من غيرها (٦٣) أدخلته جريدة الاهرام مؤخرا ، ويستخدم الآن في جمع الحروف في مجلة أكتوبر ، ومجلتي روزاليوسف وصباح الخير ، وادخلته مؤخرا مؤسسة التعاون وتطبع به بعض صحفها .

## ٤ ـــ اختيـــار نوع الورق

يشكل الورق عنصرا اساسيا في العملية الطباعية : فميكانيكيا انتاج المجلة مثلها في ذلك مثل اى مطبوع آخر تتضون من ثلاثة عناصر رئيسية : الحروف والكليشهات ( السطح الطابع ) والحبر والورق .

ويصنع الورق من لب الخشب أو من القش أو القنب أو النبـات أو الخيزران أو الجوت ، أو من بقايا نسيج الكتان أو القطن أو الخيش، بسطها حتى تصير على شكل ورق دقيق بسمك معين ، وتعامل بعض أنواع الورق ـــ بعد انتاجه ـــ بالصقل ، عن طريق الضغط أو باضـافة مواد اخرى تكسبه لمعانا وزيادة في الوزن (٦٤) .

### الورق المستعمل في الطباعة :

هناك خمس فئات رئيسية للورق الذى يستعمل في الطباعة هى : ورق الجرائد Newsprint ، وورق الكتاب Book Papers ، وورق الكتابة Writing Papers ، الورق المقوى Card Boards ،والورق الشيئت Miscellaneous .

### الفئة الاولى : ورق الجرائد Newsprint

وهو ورق رخيص يصنع من الشجر الخشن ، وكما يبدو من الاسم يستعمل في طباعة الجرائد ، والايصالات والاعلانات والمنشورات ، كما يستعمل في طباعة المجلات Comics ، والمجلات المطبوعة على ورق رخيص Pulp التى تسمى بهذا الاسم Pulpies أو Pulps نسبة لنـوع الورق .

وقد يكون هذا الورق خشنا ، تنفذ اليه السوائل لدرجة انه لايتحمل عمليا الحفر engravings ، باستثناء الكليشيهات الخطية Line cuts فقط ، وتستعمل الجرائد والمجلات نوعا من ورق الجرائد يناسب الحصول على كليشيهات شبكية خشنة .

## الفئة الثانية : ورق الكتاب Book Papers

ويأتى فى عدة أوزان وتشطيبات مختلفة ، ويتألف من أفرخ ناعمة تنفذ منها السوائل الى الدرجات الناعمة من الورق الناعم المصقول ، ويستعمل فى طباعة الكتب والمجلات والكتالوجات والبرامج والنشرات والادلة ، ويضم ورق الكتاب عدة أنواع :

### ١ ــ الورق المشطب آليا Machine finished

وهو ورق رخيص ، ولكنه أجود عن الــ Newsprint ، وله كفاءة تؤهله ليكون الورق المفضل للمجلات ذات التوزيع الكبير ، ويتم تنعيم هذا النوع من الورق بتمريره بين اسطوانتين للتنشيف ، وهى عملية «تنعيم» أو « تلميس » calendering ، ويعطى هذا النوع نتائج جيدة بالنسبة للمواد المصورة ، وان كان لايعطى تفاصيل الصورة جيدا .

### ٢ ــ الورق البالغ الصقل Super Calendered

نوع يتميا بالخشونة ، وسطحه لامع يتشرب الحبر ، أفضل من سابقة ويستعمل فى الطباعة الفاخرة كالمجلات الدعائية والاعلانية .

### ٣ ــ الورق المرتب حسب حجمه والبالغ الصقل
Sized and Super calendered

الورق الاخشن من سابقه ، والافضل لطباعة المواد الظلية والصور .

### ٤ ــ الورق المصقول اللامع Coated Enamel

وهو أفضل للظلال الناعمة ، أعلى سعرا ، وسطحه أنعم ، ويسمى بالورق المصقول ، ويتمتع بقدرة على البقاء ، ووزنه أثقل من النوعين السابقين .

### ٥ ــ الورق الاوفست Offset Paper

وهو مقاوم للماء ، لذلك نجده يصنع خصيصا ليلائم الطباعة من السطح الاملس ( الاوفست ) .

### ٦ ـ الورق العتيق Antique Paper

ورق ناعم ، تنفذ اليه السوائل ، ويستعمل اساسا لطباعة الكتب، حيث الصور غير ضرورية ، ولطبع الادلة وبرامج الدعاية .

### ٧ ـ الورق الانجليزى المصقول English Finished

ويشبه الورق العتيق ، ولكنه أنعم .

### ٨ ـ الورق المصقول الخصوصى Special Finished

لمطبوعات الاكثر تكلفة والاغلى سعرا والتى تهدف لاحـداث تأثير بصرى قوى وخاصة تلك التى تتطلب ورقا أملسا ذا سطح مصقول صقلا جيدا وغالبا ما يكون ثقيلا ، ويشمل هذا النوع داخله أصـناف من الورق مثل :

Stain Pebbled, Wover Paper, Laid paper, Liverfinishes finish,

### الفئة الثالثة : ورق الكتابة Writing papers

ويستعمل هذا النوع فى الكتابة ، وقد صنع هذا الورق ليتلقى حبر الاقلام وحبر الطباعة ، وبعض أنواع هذه الفئة تحتوى على أنسـجة من خرق الملابس Reg Fibres ، ويسمى Reg content paper ، وقد يعرف بالاسماء التالية : Bonds Ledgers Mimograph Bonds.

### الفئة الرابعة : الورق المقوى Card Boards

وهو نوع خشن سميك ، ويستعمل فى صنع أوراق التـذاكر ، والملفات والملصقات والمطبوعات التى تتطلب ورقا سميكا خشنا واغلفة الكتب ومن مشتقاته الـ chip board ، والـ Gray Colourd Board وهو أرخص .

### الفئة الخامسة : الورق الشيئت Miscellaneous

ويتدرج تحتها أنواع أخرى ، كالورق المصمغ بصبغة مصـقولة على وجـه واحـد Gunmed Paper with glue coating one side وكذلك الورق الخفيف الرفيع الذى يستعمل كأفرخ ثابتة فى صنع خطابات البريد الجوى ونوع آخر سميك له قدرة على الامتصاص .

كانت هذه هى الفئات المختلفة للورق .. فماذا عن أصناف الورق الموجودة فى السوق المصرية من حيث الوزن ( وزن المتر المربع منـــه بالجرام ) ، ومقاس الفرخ منه ؟ هـــذه هى الاصناف المتـــوفرة من الورق فى السوق المصرية :

١ ــ **الجرنال** : وزنه ٥٢ ــ ٦٠ جرام ، مقاس ٧٠×١٠٠ سم ، وهو ورق خشن الملمس داكن اللون ، وتطبع عليـــه الجرائد والمطبوعات الاعلانية الرخيصة .

٢ ــ **الساتينيه** : وزنه ٦٠ جرام ، و ٦٢ جرام ، ومقاسه ٧٠×١٠٨ سم وهو انعم ملمسا من ورق الجرنال وداكن اللون كذلك ، واغلى قليلا منه فى الثمن ، وتطبع عليـــه المجلات والمطبوعات الاعلانيـــة غير القيمة .

٣ ــ **ورق الطبع الابيض** : واوزانه ٦٠ ، ٧٠ ، ٨٠ ، ١٠٠ ، ١٢٠ جرام ، ومقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، ومنه ما هو ناعم ( ســـوبر ) ، وما هـــو خشن الملمس ، ويســـتخدم فى طباعة الكتيبات ودفاتر البيانات وغيرها ، كما أن الناعم منه يصلح لطباعة الالوان .

٤ ــ **الازوريه** : وهو ورق سماوى اللون مشرب بالخضرة ، زنة ١٠٠ جرام ، مقـــاس ٧٠×١٠٠ سم ، ويستخدم فى طباعة الخطابات القيمة ودفاتر الســـجلات التى يدوم استعمالها فتـــرة طويـــلة من الزمن .

٥ ــ **الكوشيه** : وهو ورق ابيض ناعم الملمس يغطى أثناء انتاجه بطبقة من الطين الخزفى تكسبه سمكا ولمعانا ، واوزانـــه تتراوح بين ١٠٠ و ٢٥٠ جرام ، ويستخدم فى المطبوعات الراقيـــة ، وخاصة اذا احتوت على صور والوان ، ويصلح للمطويات والكتيبات واغلفة المجلات وما اليها .

٦ ــ **المانيفولد** : وهو ورق خفيف يتراوح وزنه بين ٣٠ ، ٤٠ جرام ، ومقاسه ٥٦×٨٦ سم ، ويستخدم فى صور الخطابات أو المستندات، ويطلق عليه أحيانا اسم « ورق الارز » وتتوفر منه خمســـة الوان هى : الابيض ، والفستقى ، والسماوى ، والبمبى ، والاصفر .

٧ ــ **البرشمان** : وزنه ٦٠ جرام لامع ، مقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، وتتوفر منه ثلاثة الوان هى : الاصفر والبمبى والسماوى ، ويستخدم فى طباعة الخطابات التى لها اهمية خاصة .

٨ ــ **الافيش** : وهو أبيض أو ملون لامع من أحد وجهيه وخشن من الوجه الأخر ، ووزنه ٦٠ ، ٧٠ ، ٨٠ جرام ، ومقاس الفرخ منه ٧٠×١٠٠ سم ويصلح لطباعة الاعلانات الملصقة .

٩ ــ **السلفيت** : زنة ٤٠ ، ٥٠ جرام ، ومقاس الفرخ ٧٠×١٠٠ سم ، ويتوفر منه لونان همـا الابيض والاصفر الفاتح ، ولـه وجه ناعم والآخـر خشن ، ويستخدم فى طباعة البطاقات التى تلصق على الزجاجات .

١٠ــ **الكرومو** : زنة ١٠٠ جرام ، ومقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، وأحد وجهيه أبيض ناعم ، والآخر خشن ، ويستخدم فى طباعة البطاقات التى تلصق على الصفيح .

١١ــ **الورق الذى يتشرب الحبر** : وهو ورق خشن يستخدم فى نسخ صور الموضوعات المكتوبة على ورق الاستنسل ، وهو يتشرب الحبر فورا ، ووزنه ٦٠ أو ٧٠ جرام ومقـاس الفـرخ منـه ٦٦×٨٦ سم .

١٢ ــ **البريستول** : وهو ورق ثقيل الوزن منه ما هو ناعم الملمس وما هو خشن شيئا ما ، ويستخدم فى أغلفة الكتب أو طبـاعة بطاقات الزيارة أو الدعوة ، وهو من أوزان تتراوح بين ١٨٠ و ٢٥٠ جرام، ومقاس الفرخ منه ٧٠×١٠٠ سم .

١٣ــ **البرسبان** : وهو ورق ناعم لامع من الوجهين ، وزنه ٢١٠ جرام ، مقاس ٧٠×١٠٠ سم ، ومن ألوانه الازرق ، والاحمر والاخضـر والبنى ، وكلهـا داكنة ، ويستخدم فى عمل الدوسـيهات واغلفة الكراريس والكتب .

١٤ــ **الورق العاجى** : وهو ورق منقوش السطح غير ناعم الملمس ، وزنه ٢١٠ جرام ، مقـاس ٧٠×١٠٠ سم ، ومنـه ألوان هى الفستقى ، والبمبى والاصـفر ، ويصـلح لاغلفة الكتب وبطاقات الدعـوة .

١٥ــ **الدوبلكس** : هو ورق ثقيل الوزن حيث يتراوح بين ١٢٠ و ٢٥٠ جرام ، مقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، واحد وجهيه أبيض ناعم ، والاخر خشن ، ويستخدم فى صناعة العلب الورقية ( كعلب السـجاير والدواء والمنظفات الصناعية ) .

١٦ــ **الكرتون** : وهو ورق ثقيل جاف ، منه ما هو رمادى اللون وما هو

أبيض ، ويستخدم الرمادي منه فى صناعة بعض انـــواع العلب ( كعلب الاحذية ) وفى اغلفة السجلات وتغليف الكتب القيمة ونتائج الحائط بعد تغليفه بنوع آخر من الورق أو القماش ، أما الكرتون الابيض فيستخدم فى طباعة نتائج الحائط او لوحات العـــرض فى المتاجر أو بطاقات الاسفار وما اليها ، ويتـــراوح وزن الـــكرتون بنوعيـــه ما بين ١٠٠ و ٣٠٠ جرام ، ومقاس الفـــرخ منـــه ٧٠×١٠٠ سم .

١٧ـ **المانيللا** : وهو ورق لين الى حد ما ، يستخدم فى صناعة الدوسيهات، وطباعة اغلفـــة الكتب ، ووزنه ٣١٠ جرام ومنـــه مقاســـان هما ٥٦×٧٦ سم ، و ٧٠×١٠٠ سم ، ومنه الوان هى : البمبى والفستقى والسمنى .

١٨ـ **ورق الغلاف** ، وهو سمنى اللون أو أبيض ، وزنه ٦٠ جـــرام ، ومقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، ويستعمل فى تغليف الدفاتر التجـــارية كالايصالات والفواتير .

١٩ـ **الورق المصمغ** : وزنه ٦٠ جرام ومقاسه ٤٤×٥٦ سم ، و ٤٦×٥٩ سم ، وهو من الوان متعددة ، ووجهه غير الملون مصـــمغ ، ويستخدم فى صناعة البطاقات .

٢٠ـ **الورق الشجرى** : وهو ورق مجزع اللون منـــه الوان متعـــددة وزنه ٦٠ جرام ومقاســـه ٧٠×١٠٠ سم ، ويســـتخدم فى تبطين الغلاف الكرتونى من الداخل حتى يخفى آثار لصق الغلاف الخارجى للكرتون .

٢١ـ **الكرافت** : وهو ورق داكن سمنى اللون ، وزنه من ٦٠ الى ١٠٠ جرام ، ويستخدم فى اللف والتجليد .

**واهم المقاسات لافرخ الورق وتسميتها وفقا للاصطلاحات الشـــائعة فى اسواق الورق والطباعة :**

| | |
|---|---|
| جاير مجير | ٥٦×٧٦ سم |
| جـــاير | ٥٧×٨٢ سم |
| جاير جاير | ٦٠×٩٢ سم |
| قالبين مفـــرد | ٥٠×٦٥ سم |
| قالبين مجـــوز | ٦٥×١٠٠سم |
| قالبين مجـــوز كامل | ٧٠×١٠٠سم |

وهناك مقاسات اخرى سبق الحديث عنها مثل :

٧٠×١٠٨ للورق الساتنيه
٩٠×١٢٠ للورق السكرافت
٦٦×٨٦ للورق الذى يتشرب الحبر .

ويباع الورق اما على لفائف ( بوبينات ) بالوزن ، او على شكل رزم تضم الواحدة منها ١٠٠٠ او ٥٠٠ ، أو ٢٥٠ فرخ ، غير أن ذلك لا يراعى بدقة فمثلا قد يتراوح عدد الافرخ فى الرزمة المكونة من ٥٠٠ فرخ فيما بين ٤٨٠ و ٥١٦ فرخا .

ويستعمل لفظ News Print لورق الجرائد ، أما ورق المجلات ــ الذى يهمنا هنا ــ فيطلق عليه Stock

**الورق المستعمل فى طباعة المجلة :**

تطبع المجلات على ثلاثة انواع فقط او فئات من بين الفئات الخمس السابق الاشارة اليها وهى : ورق الجرائد News Print ، وورق الكتاب Book Papers ، والورق المقوى Card boards

**وفى صنع الاغلفة Covers**

يستعمل الورق المقوى Card Board وذلك لانه اسمك واكثر دواما واصقل من الورق الذى سوف يستخدم فى طبع جسم المجلة .

**وجسم المجلة او صفحاتها الداخلية او المتن Text :**

يطبع من ورق الجرائد News Print ، أو من ورق الكتاب خاصة الورق العتيق antique والورق المشطب آليا machine finished ، والورق البالغ الصقل Super Calendered ، والورق المصقول اللامع Coated Enamel ، والورق المصقول الخصوصى Special finished وبعض الدوريات الصغيرة التى لا تزود اغلفتها بالصورة تستعمل جسم ورق المجلة نفسه فى طبع الغلاف .

وبعض المجلات تستخدم انواعا عديدة من الورق فى طبعة واحدة . ورق خاص لطباعة الغلاف ، ونوعا لطباعة الصفحات الداخلية ، ونوعا ثالثا لطباعة ملحق ، ونوعا رابعا لطباعة كوبون أو اضافات داخلها

( مثلما تفعل مجلة Time حين تضع بطاقات أو كوبونات للاشتراكات داخلها فى مساحة تختلف عن مساحة الصفحة ) .

وهكذا نرى أن اختيار نوع من الورق لطباعة المجلة يكون مزيجا من حكم شخص وعوامل ومؤثرات أخرى تشمل : نوع الطباعة حيث يتطلب كل نوع ورقا له سمات مختلفة ، واعتبارات التصميم الأساسى للمجلة ، واعتبارات التكلفة ، ووظيفة المجلة وعلى المخطط ان يدقق فى نوع الورق وكفاءته وحجمه بالنسبة لجسم المجلة ، والغلاف مما يتطلب التشاور مع الطابع .

## ٤ ـ اختيار نوع الحبر :

الحبر هو احد عناصر ثلاثة ـ كما سبق أن بيننا ـ مع الورق والسطح الطابع تشكل أساس العملية الطباعية ميكانيكيا ، وقد عرفت احبار الطباعة ـ فى أصولها الاولى ـ منذ فترة طويلة قبل اختراع جوتنبرج للطباعة بالحروف المعدنية المتحركة ، وكان الصينيون يستعملون احبار الطباعة قبل ٣٠٠ سنة من ميلاد المسيح للطباعة من كتل خشبية .

وهناك مكونات ثلاثة أساسية للحبر الطباعى :

**( أ ) الصبغة** Pigment

وهى مادة أو مسحوق مطحونة طحنا جيدا ، وقد تكون عضوية ( حيوانية او خضروات ) أو غير ( معدنية ) وهى التى تعطى للحبر اللون الخاص به .

**(ب) الحامل** Vehicle

وهو نوع من الورنيش Varniche والمواد الزيتية المختلفة كزيت بذرة الكتان ، الزيوت البترولية ، زيت الراتنج أو الكحول ويشكل العنصر السائل الذى تمتزج داخله الصبغة الملونة والمكونات الاخرى ، ويقوم بدور الحامل أو الناقل للصبغة والمثبت لها على السطح المطبوع ، ومسئول عن اللمعان والخشونة او الصلابة .

والاحبار التى تتدفق بسرعة تسمى طويلة ، والتى تتدفق ببطء تسمى قصيرة ، ويؤثر على ذلك نوع المطبعة وطريقة الطباعة .

**( جـ ) المجفف** : Drier

مادة تضاف الى الحبر لتساعده على التحكم فى زمن الجفاف ، وتصــنع من زيوت البتــرول والملح المعــدنى او المركب ، والشمعيات Waxes ، وقد تضاف مركبات لتمنع تجمد الحبر ، والتصاق الفرخ الورقى ، ولتقوية المقاومة ، وقــد تضاف أيضــا الشحوم ، وزيــوت التشحيم ، والزيوت المجففة والمذيبات لتساعد على الطباعة الحــادة بتحســين الجفاف ومنع التحجر والعوامل المانعة للالتصــاق بفعــل الجفاف الزائد .

وبذلك يساعد هذا المجفف والمركبــات الاخرى على الاحكم فى تفاعل المزيج المتكون فكل طريقة طباعة تتطلب حبرا له سمات مختلفــة والحبر المستعمل يحدده ايضا نوع المطبعة وسرعتها ، وعملية الطباعة والسطح الطابع والاستعمال النهائي للمطبوع ، بحيث يقسم البعض احبار الطباعة الى ثلاثة انواع رئيسية : بارزة وملساء وغائرة بشــكل يتبع انمــاط الطباعة ، وقــد تقسم بشــكل يتبع انــواع او فئــات الورق الرئيسية ، وان كان التقســيم الشــائع لانــواع الحبر الطباعى هو :

١ ـــ **حبر طباعة الجرائد** News ink : حبر خفيف القوام ، ويجف عن طــريق نفاذه او توغله او تخلله للــورق ويســتعمل اساسا مع ورق الجرائد .

٢ ـــ **حبر الشغل** Job ink : حبر غليظ القوام للطابعات المتوسطة فى معدل العمل .

٣ ـــ **الحبر الغليظ** Bond ink : حبر غليظ جدا ويستعمل الورق من نوع الـــ Bond والـــ Ledger التى تتميز بالتشطيبات الخاصة Finishes التى تعــد احــد انواع ورق الــكتاب .

٤ ـــ **حبر الظلال** Halftone ink : حبر ناعم ، دقيق ، يستعمل مع الورق المصقول ، ولطباعة الظلال .

٥ ـــ **حبر الغلاف** Covev ink : وهو حبر خشن جدا ، كامل التشكيل يستعمل مع الورق المستعمل فى طباعة الاغلفة وهو الورق الخشن Card boards من الصبغة والحامل بشكل جيد وقد يكون مؤثرا وليس ضارا (٦٥) .

واحبار الطباعة تجف بطريقــة او بمزيج من اكثر من طريقة من الطرق الاتية :

**أ ــ الامتصاص Absorbtion او التوغل Peneteration**

وذلك عندما نستعمل حبرا رفيعا جدا ، وقد يكون الحامل غير مجفف يمتص الحبر فى هذه الحالة بواسطة الأنسجة الداخلية للورقة ، حيث تبقى رطبة لبعض الوقت .

**ب ــ الاكسدة Oxidation او الاختزال ( البلمرة ) Polymerization :**

وهو اسلوب لتجفيف الحبر على مرحلتين يستعمل فى معظم الأحبار فى الطباعة من السطح البارز أو من السطح الأملس ، ويمتص الاكسجين عن طريق الزيت المجفف ، ويتبعه جزء من الحامل عن طريق تخلل الاكسجين لحبر الفيلم ثم يخشن بعد ذلك .

**جـ ــ التصعيد Volatization او التبخير Preciption :**

اسلوب للجفاف يعرض القطعة المطبوعة الى الماء فى شكل بخار ، وتؤدى رطوبة الماء الى خروج الحامل بعيدا عن المحلول ليطير مثبتا الصبغة بقوة الى الورق .

**٦ ــ احبار خاصة Specialty ink :**

ويوظف لأغراض طباعية خاصة ، فى طبع ورق السوليفان ــ على سبيل المثال ــ وورق الشمع ، وقد تمزج بعض الأحبار للحصول على لون معين،وينصح فى ذلك بضرورة البدء باللون الاخف،واضافة كميات قليلة من اللون الأكثر قتامة اليه (٦٦) .

**المعلومات الفنيــة الأساسية**

**المطلوبة للتخطيط للمجلة :**

وفى حالة وجود ، أو شراء ، أو تأسيس مطبعة خاصة بالمجلة ، تنقل هذه القرارات الفنية التى تم التوصل اليها الى المسئولين عن هذه المطبعة والاقسام الفنية المختلفة فى المجلة للتنفيذ .

وفى حالة عدم وجود مطبعة خاصة للمجلة ، قد يتم الاتفاق مع مطبعة رأسا ، أو يتم طرح عملية مشروع طبع المجلة فى مناقصة ، قد يعلن عنها فى الصحف ، أو ترسل خطابات بها الى المطابع ، فيما يسمى بـ « كراسة المناقصة » الى عدد من المطابع ، وتلخص فيها المواصفات الفنية أو الشكل الفنى للمجلة الذى يعد النتاج العملى أو التطبيقى لتلك

القرارات الأساسية التي اتخذها المخطط لاصدار المجلة على المستوى الفنى وهى التى تحدد :

١ ــ حجم المجلة ( الابعاد الخارجية لنسخة مفردة ) .

٢ ــ عدد الصفحات لكل طبعة .

٣ ــ عدد الطبعات فى السنة .

٤ ــ عدد النسخ من كل طبعة .

٥ ــ ابعاد المادة المطبوعة ( بالكور ) .

٦ ــ العدد التقريبى للمواد المصورة Illustrations سواء كانت صورا ظلية او خطية او كلاهما ، وتعريف الطابع عما اذا كان سيقوم بصنع الكليشيهات ــ بالنسبة للطباعة البارزة ــ أو سيزود بها ، وأذا لم يكن لاحد من المسئولين عن المجلة خبرة فى هذا المجال، فمن الافضل جعل الطابع مسئولا عن الكليشيهات .

٧ ــ عدد الوان الحبر للصفحات الداخلية والغلاف .

٨ ــ الحروف والأبناط المطلوبة : الأنواع والاحجام .

٩ ــ الورق : حجمه ونوعه ووزنه ، بالنسبة للصفحات الداخلية وللغلاف .

١٠ــ التجليد : هل هناك غلاف خارجى من ورق المجلة نفسها ، أو من ورق من نوع آخر ؟ أسلوب تصميم الغلاف ؟ كيف سيتم تجليد الصفحات : هل بالسلك ، أم بالخيط ، أم بالتثقيب ، أم بالتدبيس، أم باللصق .

١١ــ التجارب ( البروفات ) العدد والنوع سواء كانت بروفات جالية ( سلخ ) أو بروفات صفحات ، أو بروفات نهائية للعدد ، من سيتسلمها ومتى واين ؟

١٢ــ أسلوب التوزيع : أين سوف يتم تسليم النسخ المطبوعة من المجلة؟ ولمن ؟ وبأى أسلوب ؟ هل سيرسلها الطابع بالبريد ؟ أم ستقوم ادارة المجلة بعملية التوزيع ؟ أم ستقوم المؤسسة التى تطبع فيها المجلة بتوزيعها ايضا مثل مجلة النصر التى تطبع وتوزع عن طريق

دار الهلال — اذا كان لديها ادارة للتوزيع ؟

وعند الوصول الى اتفاق مع طابع بدون مناقصة ، أو عند رسو المناقصة عليه ، يقوم الطابع وعلى أساس المعلومات السابقة بتـزويد ادارة المجلة بعينات للصفحات وايضا بتقدير للتكلفة ، لكى يراجع المخطط تخطيطه ويتعرف على انكانيات المطبعة والطابع (٧٦) .

**العقـد النهـائى :**

بعد اختيار الطابع يكون من الضرورى الحصول على عقـد رسمى مع هذا الطابع ، قد يكون العقد سنويا ، لمدة ستة شهور أو ثلاثـة ، وبعض دور النشر — مثل دار اخبار اليوم — تشترط دفع تأمين قبل البدء فى طبع مجلة ما ، ويغطى عقد الطباعة الذى يوقعه رئيس التحرير أو المدير العام مع الطابع على هذه النقاط :

١ — السعر ، أو نفقة الطباعة مقسمة الى فئاتها المختلفة : الجمع ، التوضيب ، الطبع ، التجليد ، التغليف .

٢ — الجـدول الزمنى : أو تحديد أيام العمل المطلوب فيها تسـليم المواد وتسلم البروفات ومراجعتها وتسليم نسخ المجلة المطبوعة .

٣ — تحـديد الشخص المسئول فى المطبعة عن المجـلة ؟ واسـلوب التعامل معـه .

٤ — اجراءات الارسال بالبريد ، ونفقاته ، أو اسلوب نقل النسـخ الى المقر أو الجهة المتفق عليها .

**وبعد التعاقد ، والموافقة على عينات الصفحات ، تستعد المطبعة لتلقى المواد الصحفية على اساس الجدول الزمنى الموضوع (٦٨) .**

## رابعا : قرارات على المستوى البشرى

**الأفراد هم الاساس فى اى مشروع ، وتزداد اهميتهم فى المجـلة كمشروع صحفى تجارى وصناعى فى الوقت نفسه ، وتتوقف احتيـاجات المجلة من العنصر البشرى على أساس حجم النشاط المتوقع ، بعـد تقدير الطلب على الانتاج وحجمه ( عدد النسخ المتوقع توزيعها من المجلة) وحجم المشروع والبناء المادى والبشرى الذى سيخرج المجلة ، ويتم اتخاذ القرارات الخاصة بالعنصر البشرى فى المجلة — كمؤسسة صحفية — من اداريين وفنيين ومحررين على مرحلتين او فترتين :**

**أ ـ فترة الانشـــاء :**

بعد وضع تنظيم للمشروع تحدد فيـــه الوظائف المطلوبة وشروطها ، ويتم تشغيل هذه الوظائف بالافراد المناسبين وهنا يحتاج المشروع الى :

(١) هيئة تحرير المجلة ( رئيس التحرير ومساعدوه ورؤســـاء الاقسام والمحررين ) .

(٢) الهيئة الادارية للمشروع والفنيين اللازمين للاشراف ومتابعة تنفيذ المبـــانى .

(٣) الفنيين الذين سيقومون بالاشتراك فى عمليات تركيب الآلات وتولى تشـــغيلها بعد ذلك .

(٤) الفنيين اللازمين لمتابعة تنفيذ المرافق المختلفة مثل الكهرباء والبخار والتكييف ، ويلاحظ أنوجود الفنيين ضرورىعلى اساس أنهمسيكونون مسئولين عن أى أعطال تحدث بعد ذلك واصلاحها .

(٥) الاداريين اللازمين للقيام بعملية توفير احتياجات المشروع من الافراد واعداد البرامج التدريبية اللازمة لهم .

(٦) بعض الماليين لتولى مسئوليات تنظيم الانفاق على أعمال المشروع والحصول على احتياجاته سواء بالاستيراد أو من السوق المحلى .

(٧) بعض العمال المهرة ونصف المهرة والملاحظين لمعاونة الفنيين .

(٨) بعض عمال الخدمة العامة .

(٩) بعض موظفى السكرتارية .

**ب ـ فترة التشغيل :**

ويتم فيها وضع التنظيم الادارى للمشروع بمعرفة الفنيينوالاداريين المسئولين عن المشروع وذلك فى ضوء حجم التوزيع المتوقع والطاقـــة الانتاجية وأساليب التوزيع .

وعملية التخطيط لتدبير العنصر البشرى للمجـــلة ، كمشروع صناعى وتجـــارى تعتمد على دقـــة المعلومات التى تكون متاحة للمخطط وتشير بالتفصيل الى : ـــ

ــ الجهاز التحريرى والاخراجى المقترح والمخطط له .

ــ الدراسات لمدى توافر الافراد الذين يحتاجهم مشروع اصدار المجلة فى البيئة التى سيقام فيها ، وفى مختلف نواحى المشروع ( التحريرية ــ الفنية ــ الادارية ) .

ــ انواع الوظائف المطلوبة وتوظيفها فى مخطط التنظيم .

وبدارسة هذه المعلومات دراسة جيدة ، يمكن تحديد عدد الافراد اللازمين لشغل الوظائف المطلوبة ووضع مواصفات مفصلة لكل نوع منها، وهو ما يسمى فى ادارة الأعمال « بتوصيف الوظائف » ، ثم مقارنة المصادر المختلفة ــ للقوى العاملة فى البيئة ــ التى يقع داخلها المشروع واختيار افضل الطرق للحصول على احتياجات المجلة منها (٦٩) .

ويمكن الحصول على العنصر البشرى أو الافراد اللازمين لمجلة عامة ، من عدة مصادر من بينها (٧٠) :

(١) من بين العاملين فى المنشآت القائمة التى تماثل المشروع فى طبيعة نشاطها ، اى مؤسسة صحفية اخرى ، تصدر مجلات مثلا ، وهذا ما فعله مصطفى أمين وعلى أمين عندما اصدرا جريدة اخبار اليوم عام ١٩٤٤ حيث جذبا اليها عددا كبيرا من كتاب الجرائد الاخرى ومحرريها للعمل معهم ، وهذا ما فعله محمد حسنين هيكل حينما تولى رئاسة تحرير جريدة الاهرام عام ١٩٥٧ ، وكان قبلها يعمل رئيسا لتحرير مجلة آخر ساعة ، وانتقل معه عدد كبير من محررى دار اخبار اليوم ووكالة أبناء الشرق الاوسط .

بيد أن الاعتماد على هذا المصدر بصفة رئيسية يؤدى الى منافسة بين المنشآت حول اجتذاب العاملين الامر الذى يؤدى الى رفع الاجور بدون مبرر ، فضلا عن أن المحرر أو العامل الذى ينتقل بين المنشآت المختلفة لا يتوقع له استقرار فى اى منها .

(٢) الاتجاه الى مكاتب العمل او القوى العاملة ، وسؤالها عن ترشيح عدد من العاملين للمواصفات المطلوبة للترشيح ، وفى الاعتماد على ذلك اقلال لنسبة البطالة فى الدولة ، غير أن من عيوب هذا المصدر أن المقيدين فى مكاتب العمل ( أو القوى العاملة ) غالبا ما يكونون من بين حديثى التخرج الذين لا خبرة لهم ، أو الذين لفظتهم المنشآت الاخرى لسبب او لآخر . وهذا المصدر لا يتفق مع طبيعة العمل الصحفى الذى يتطلب علما وخبرة ، واستعدادا من نوع خاص .

(٣) الاعلان فى الجرائد اليومية — وبخاصة فى الاعلانات المبوبة — عن طلب عاملين بالمواصفات المقررة ، وهنا تكون فرصة الاختيار من بين من يتقدمون استجابة للاعلان ، وهذا ما تفعله بعض مؤسساتنا الصحفية ، عندما تريد مندوبى اعلانات مثلا ، أو خطاطين ، وكذلك الجرائد والمجلات العربية التى تعلن عن حاجتها الى محررين وعمال واداريين من خلال الصحف المصرية .

(٤) الاتصال بالجامعات والمعاهد الدراسية الملائمة — ككلية الاعلام واقسام الصحافة بالجامعات — وطلب ترشيح عدد من خريجيها ثم اجراء الاختبارات لهم ، واختيار الاصلح من بينهم ويصلح هذا المصدر لملء الوظائف الشاغرة التى لا تحتاج الى خبرة سابقة بل يمكن اكتساب الخبرة فيها بالمران .

وهذا ما فعلته جريدة الشعب — الناطقة بلسان حزب العمل الاشتراكى المعارض — فى بدء انشائها ، حين طلب رئيس تحريرها حامد زيدان من رئيس قسم الصحافة بكلية الاعلام ترشيح عدد من الطلبة للعمل والتدريب بالجريدة ، وكذلك ما فعله الدكتور حسين الغمرى — الرئيس الحالى لمجلس ادارة الشركة القومية للتوزيع — عندما كان يتولى منصب المدير العام والعضو المنتدب لمؤسسة اخبار اليوم ، فقد طلب من كلية الاعلام ترشيح عدد من خريجيها للعمل كمحررين بقسم المعلومات بالمؤسسة .

(٥) استيراد ذوى الخبرات من خارج الدولة ، اذ لم يتوافر لها العاملون الفنيون المناسبون ، ويكون ذلك عن طريق الاتصال بالمنشآت الاجنبية ذات السمعة الطيبة وبسفاراتها فى الخارج أو بيوت الخبرة التى تعمل على نطاق دولى ، فمثلا جريدة « عكاظ » السعودية تستعين بمؤسسة أخبار اليوم ممثلة فى بعض كبار محرريها — فى تزويدها بالعنصر البشرى الذى تحتاجه من محررين واداريين وعمال مهرة . وهذا المصدر هو الذى تعتمد عليه — بشكل رئيسى — معظم الجرائد والمجلات العربية المنشأة حديثا فى البلاد العربية وآخرها على سبيل المثال : جريدة « الراية » القطرية التى كان يدير تحريرها الكاتب الصحفى المصرى رجاء النقاش ، الذى اقنع عددا كبيرا من المحررين المصريين بالعمل معه فيها .

***

## مصادر المادة الصحفية فى المجلة :

والحديث عن القرارات التى يصدرها أو يدرس المخطط لاصــدار المجلة أسلوب التخطيط لاصدارها يرتبط بالحــديث عن المصادر التى تحصل منهــا المجلة بشــكل عام على المــواد الصــحفية من مــواد مكتوبة ومواد مصــورة ( صورة فوتوغرافيــة ــ رســوم ) والتى تنقسم الى نوعين :

### أولا : المصادر الداخلية :

هى ناشرو المجلة ، ورؤساء التحرير ومعاونوه ، وكتابها ، وأعضاء جهاز التحريرى ، المصورون ، الرسامون ، المراسلون ، المستشارون ، والمعلنون ممن يعملون داخل المجلة ، ويمكن تسميتهم جميعا بمحررى المجلة، أو أعضاء الجهاز التحريرى .

### ثانيا : المصادر الخارجية :

وهم الكتاب الاحرار ( المصاحفون ) ، والمصورون ، والرسامون ، الوكالات المختلفة ، القراء ، مكاتب الاعلانات ، المصادر الاعلانية الاخرى ، مكاتب الخرائط والرسوم ، مجلات أخرى يعاد نشر بعض موادها ، الجرائد الاخرى ، الكتب وكلاء الكتاب ، مصادر أخرى منوعة (٧١) .

وفى الحديث عن مصادر المواد الصحفية فى المجلة نبدأ بالمحــرر أو عضو جهاز المجلة التحريرى Staff member ، ثم الكاتب الحر ( الخارجى ) أو المصاحف Freelancer حيث تتميز المجلة عن الجريدة بأنها تعتمد فى الحصول على المادة التحريرية على كتاب من الخارج أو محررين : ســواء كانوا محررين فى جرائد ومجلات أخرى ، أو يعملون فى وكالات للأنباء ، أو موظفين أو ربات بيوت ، يقضون فراغهم فى الكتابة للمجلة ، وذلك يعود على طبيعــة المضــمون المنوع الذى تحمــــله المجلة ــ خاصة المجلة العامة ــ والذى قد لا تستطيع أن تغطيه كله هيئة تحرير المجلة .

## المحرر فى المجلة

المحرر فى المجلة لفظ أو مصطلح صحفى يطلق على عضو الجهاز التحريرى Staffm emger ( أو هيئة التحرير ) ، وقد يكون هــذا المحرر رئيسا للتحرير ، أو مراجعا ، أو سكرتيرا للتحرير ، أو منــدوبا لخباريا ، أو مشرفا فنيا ، أو مخرجا صحفيا ، وهناك اتجاهان فى مؤهلات محرر المجلة وأسلوب اعداده للعمل الصحفى :

**الاول :** يرى ان محرر المجلة ينبغى أن يبدأ عمله فى جريدة يومية ، ثم جريدة أسبوعية عامة ، حتى يستوعب العمل الاخبارى ، ثم ينتقل بعد ذلك الى العمل فى المجلة ، لان عمله فى مجلة من البداية سيفقده الحس الاخبارى .

**والثانى :** يرى أن محرر المجلة ينبغى أن يبدأ فى المجلة ، ولا يكتفى بالعمل فى قسم التحرير فقط ، بل فى ادارات التوزيع والاعلان والمطابع والادارة العامة حتى يكتسب خبرة ويفهم كيف يدور العمل فى المجلة (٧٢) .

ويتوقف حجم محررى المجلة ، أو عدد العاملين فى جهازها التحريرى ، وتنوع اختصاصاتهم على نوع المجلة وتخصصها وكذلك دورية صدرها ، وهناك قاعدة صحفية أصبحت بديهية الآن فى عالم المجلة تقول : أن « هناك تناسبا عكسيا بين عدد المحررين ودرجة تخصص المجلة ، فكلما اتجهت المجلة الى التخصص ، قل عدد محرريها ، أعضاء الجهاز التحريرى ، وزاد عدد الكتاب الخارجيين ( الاحرار او المصاحفين ) ، وكلما اتجهت المجلة الى المضمون العام زاد عدد محرريها ، وقل عدد الكتاب الخارجيين الذين تعتمد عليهم كمصادر للمواد التحريرية فيها .

**مجلة « النيل » (*) :**

مثلا وهى دورية متخصصة تعتمد على جهاز تحرير يضم خمسة افراد : رئيس التحرير وأربعة محررين ، مهمتهم جمع المادة من الكتاب الخارجيين ( المصاحفين ) الذين يتولون كتابة المقالات والدراسات والبحوث اللازمة .

**ومجلة « السياسة الدولية » (**) :**

يتكون جهازها التحريرى من خمسة افراد هم : رئيس التحرير ومدير التحرير وثلاث سكرتيرى تحرير ،لاعتمادهما على المقالات والدراسات والتقارير التى يكتبها أساتذة وكتاب متخصصون .

---

(*) **النيل** : مجلة علمية تبع سنوية تصدر عن مركز النيل للاعلام والتعليم والتدريب التابع للهيئة العامة للاستعلامات بالقاهرة ، يرأس تحريرها : محمد فيصل عبد المنعم ، صدر عددها الاول فى يوليو الماضى .

(**) **السياسة الدولية** : دورية ربع سنوية تتخصص فى الشئون الخارجية الدولية تصدر عن مؤسسة الاهرام ، يرأس تحريرها الدكتور بطرس بطرس غالى ، صدر عددها الاول عام ١٩٦٥ .

ومجلة « الثقافة » (*) :

ويتكون جهازها التحريرى من خمسة أفراد هم : رئيس التحرير ومدير التحرير ومشرف فنى وسكرتيران للتحرير .

ومجلة « الدوحة » (**)

القطرية يضم جهازها التحريرى ستة أفراد ، رئيس التحرير ، مدير التحرير ، مدير فنى ، سكرتير تحرير فنى ، سكرتير تحرير ، مشرف فنى ، بحكم اعتمادها على المصاحفين الخارجيين .

ومجلة « العربى » (***)

الكويتية كمجلة شبه عامة تعتمد على مزيج من مقالات واسنطلاعات وأبواب ثابتة لمحرريها وكتابها ، ومساهمات المصاحفين من الخارج ، لذلك نجد جهازها التحريرى ثمانية أفراد هم : رئيس التحرير ، ونائبه ، المشرف الفنى ، سكرتير التحرير ، مدير التحرير ، وثلاثة محررين ، وبعض المصورين التابعين لوزارة الاعلام الكويتية التى تصدر المجلة .

أما الطبعة العربية من الـ Readlr's (****) :

التى كانت تصدر فى الماضى عن دار أخبار اليوم — فضم جهازها التحريرى : رئيس التحرير ( الطبعة العربية ) وسكرتيرا للتحرير وسكرتيرة ادارية للآلة الكاتبة ، ومترجمين من الخارج ، بحكم اعتمادها على المترجمات .

ومجلة « صباا الخير » (*****)

المصرية ، مجلة عامة تتوجه للشباب أساسا ، نجد جهازها التحريرى يضم رئيسا للتحرير ومديرا للتحرير ، ومشرفا فنيا ، ومستشارا

---

(***) الثقافة : مجلة شهرية ثقافية ، تصدر عن الهيئة العامة للكتاب بالقاهرة ، أسسها يوسف السباعى فى اكتوبر عـــام ١٩٧٣ ، وبراس تحريرها الدكتور عبد العزيز الدسوقى .

(*) الدوحة : مجلة شهرية تصدر ( عن وزارة الاعلام القطرية ، تعنى بالثقافة والفكر ويراس تحريرها حاليا رجاء النقاش .

(**) العربى : مجلة شهرية ثقافية عامة صدرت عن وزارة الاعلام الكويتية سنة ١٩٦٠ ، وكان المرحوم الدكتور احمد زكى اول رئيس لتحريرها ، وبعده احمد بهاء الدين .

(***) الطبعة العربية تصدر باسم المختار من الريدارز دايجست ، منذ الحرب العالمية الثانية عام ١٩٣٩ حتى ١٩٦٧ وتولى رئاسة تحريرها فؤاد صروف ، ثم محمد زكى عبد القادر ، وأخيراكمال عبد الرؤف .

(****) صباح الخير : مجلة اسبوعية مصرية عامة تتوجه الى الشباب صدرت عام ١٩٥٦ عن دار روز اليوسف ، ويراس تحريرها لويس جريس .

فنيا ، وسكرتيرا للتحرير وعشرات المحررين والمندوبين والمراجعين .

**بعكس « الموقف العربى » (*) :**

التى لا يضم جهازها التحريرى سوى شخص واحد هو المشرف العام على تحريرها ( عبد العظيم مناف ) يعد المجلة ويتصل بالمصاحفين ، ويعاونه فى ذلك مشرف فنى من المطبعة .

**ومجلة « الشاشة الصغيرة ) (**) :**

احدث مجلة متخصصة فى مصر — يتكون جهازها التحريرى من مشرف عام ، رئيس للتحرير ، ومدير فنى ، لاعتمادها الاساسى على كتابات المحررين والكتاب الخارجيين .

**ودورية شديدة التخصص مثل** Journalism Quarterly

يضم جهازها التحريرى ستة اشخاص هم : رئيس التحــرير ، ورئيس التحرير المساعد ، ومحررو الاقسام الاربعة ، ومهمتهم تجهيز المقالات والبحوث وعروض الكتب التى يعدها كتاب من الخارج (مصاحفون) ولها مجلس تحرير ( استشارى ) من ٣٠ عضو .

**ومجلة ادبية مثل** Kenyon Review

يضم جهازها التحريرى ثلاثة افراد هم : رئيس التحرير ، ومدير التحرير ، ونائب رئيس التحرير .

**ومجلة شبه متخصصة فى الشئون الهندسية هى** Wastes Engineering

يضم جهازها التحريرى عشرة أفراد فقط هم رئيس التحــرير ، ومستشاره ، ومدير التحرير ، ومساعد لرئيس التحرير ، وستة محررين، ومجلس تحرير ( استشارى ) من ١٨ عضوا .

**ومجلة جماهيرية عامة مثل** Look .

ضم جهازها التحريرى عام ١٩٦٩ ٣٨ فردا ، هم : رئيس التحرير

---

(*) الموقف العربى : كتاب غير دورى ، يصــــدر كل شهر من دار الموقف العربى بالقاهرة ، مديره العام عبد العظيم مناف ، تتجــــه اهتمامه الى الطابع القومى العربى ، ويعتمد على الدراسات والبحوث والمقالات .

(**) الشاشة الصغيرة : مجلة فنية شهرية ، تتخصص فى شئون الاذاعة المرئيـــة ( التليفزيون ) تصدر عن جمعية الشاشة الصغيرة التى أسسها عبد الرحيم سرور ، يرأس تحريرها محمد صالح ، ويشرف على تحريرها فوميل لبيب .

العام ، ورئيس التحرير المسئول ، ورئيس التحرير التنفيذى ، والمدير الفنى ، ومساعدون لمدير التحرير ، أو رؤساء للاقسام ، ومحرر للصورة ، ومحرر لباب الحياة الحديثة ، ومحرر للشئون الخارجية ، وكبير للمحررين، وكبير المراجعين ، وخمسة محررين مساعدين ، وخمسة مديرين لتحرير المكاتب الخارجية ، وأربعة عشر محررا فى قسم البحوث ، ومدير للانتاج التحريرى ، ومدير تجارى (٧٣) .

## الجهاز التحريرى للمجلة العامة :

يضم الجهاز التحريرى للمجلة العامة عددا كبيرا من المحررين ، بحكم اعتماده الاساسى عليهم فى اعداد مواد المجلة المختلفة على المحررين، الى جانب استكتاب بعض الصاحفين . وفى العادة يضم : رئيسا للتحرير، ومجموعة من معاونى رئيس التحرير ومساعديه ونوابه قد يكونون ( مدير التحرير — مساعد رئيس التحرير — نائب رئيس التحرير — رئيس التحرير التنفيذى — رئيس التحرير المساعد — رئيس تحرير الطبعة الخارجية ) وتختلف تسميتهم من مجلة الى أخرى ، وكذلك عددهم ، ومشرفا فنيا ، وسكرتيرا للتحرير ، وكبيرا للمراجعين ، وكبيرا للمصورين ، ومحررا للصورة ، ومحررا للمعلومات ، ورؤساء الاقسام ، أو مسئولى الابواب ، ومسئولي المكاتب الخارجية أو المراسلين ( ان كانت امكانياتها بوجود مراسلين خارجيين ) ، ومحررين ، ومندوبين ، ومراجعين ، ومصورين ، ورسامين ، وخطاطين (٧٤) .

## رئيس التحرير :

هو المسئول الاول عن تحرير المجلة ، والشخصية المركزية ، والقوة النشطة ، فى جهازها التحريرى ، البعض يصفه بأنه مدير ، قائد ، كابتن ، سيد ، فكل تقاليد الرئاسة تسكن معه ، وقد يكسب رئيس قسم الاعلان أكثر منه بكثير ، ولكنه لا يملك مكانته واحترامه كرئيس لجهاز التحرير ، والشخص الوحيد الذى يعلوه فى الدرجة داخل المجلة هو مالكها أو ناشرها The Publisher (*) .

ونظرة الى تاريخ المجلة فى العالم ، نجد أن كل مجلة — عكس الجريدة — ترتبط باسم رئيس تحرير عظيم (٧٥) .

فمجلة The Outlook الامريكية ترتبط بـ أ. بوث ، و Mercury تعرف باسم منيشين لاود و Ladies Home Journal باسم ادوارد بوك و

(*) الناشر فى المجلات الامريكية ، يوازيه فى مصر — من حيث الدرجة الرئاسية — رئيس مجلس الادارة .

سميت باسم صاحبها ورئيس تحريرها مايك كلور ، و The Nation ترتبط بجودكين وويلورد ، و The Post ترتبط باسم لوريمر ، و Harper's باسم فردريك لويس الير ، و The New Yorker باسم هارولد روس ، و Vogue باسم بادنا ولماشناير ، و Time هنرى . ر. لوسى ، و Mccall's بهربرت. ر. مايز ، و Vanity Fair بفرانك كرونيشيلد .

كان هؤلاء هم ألمع رؤساء التحرير فى المجلات الامريكية فى بداياتها الاولى ، كانوا شخصيات عامة ، بارزة ، وكتابا ، ادباء ، قصاصين ، نقادا ، شعراء ، وفى مصر كنا نجد « روضة المدارس » ترتبط بالطهطاوى و « يعسوب الطب » بعلى البقلى ، و « الرسالة » باسم احمد حسن الزيات ، و « ابوللو » باسم أحمد زكى أبو شادى ، وتختفى شخصية رئيس التحرير العامة ، الاديب أوالشاعر أو الناقد أو القصاص ، ويصبح اقل لمعانا وبروزا فى المجتمع العام ، وتظهر شخصية رئيس التحرير الصحفى المحترف ، ومع ذلك تظل المجلة مرتبطة باسم رئيس تحريرها ، فنجد فى منتصف القرن ، اسماء بارزة فى تاريخ المجلة الامريكية لصحفيين مثل : جون فيشر رئيس تحرير Harper's ، وأوزيورن السيرت رئيس تحرير Newsweek ، ودى ويت والاس وليلا اسيشون مؤسسا مجلة The Reader's Digest ولواد. هـ. نيكولس رئيس تحرير Good House Keeping وفى مصر : ارتبطت اللطائف المصورة باسكندر مكاريوس ، والكشكول بسليمان فوزى ، وروزاليوسف بالسيدة فاطمة اليوسف ومحمد التابعى ، والمصور بفكرى اباظه ، والهلال بجرجى زيدان ، وآخر ساعة و « الجيل » و « هى » : بعلى ومصطفى أمين ، وحواء بأمينة السعيد ، والفكر المعاصر بالدكتور زكى نجيب محمود ، والطليعة بلطفى الخولى ، وروزاليوسف — الآن — بصلاح حافظ ، واحدث المجلات المصرية اكتوبر ترتبط باسم رئيس تحريرها أنيس منصور .

ومع تطور نوعية رئيس التحرير ، من أديب وكاتب أو شاعر أو قصاص كان فى الماضى يكتب معظم صفحات المجلة ، ويديرها ، بحكم قلة عدد المحررين واهتمامات القراء المحدودة والتوزيع المتواضع ، الى شخص مسئول عن توجيه المجلة وادارتها ، ذى مسئوليات كثيرة لم تعد تعطى له الفرصة ليكتب كثيرا كما كان يحدث فى الماضى ، بل اصبحت مهمته الآن أن يدع الآخرين يكتبون ويوجههم ويخطط لهم ويراقب اسلوب التنفيذ . لم يعد رئيس التحرير مجرد كاتب ، بل اصبح مزيجا من منفذ للتحرير ، ورجل اعمال ، وفنان طباعى ، وخبير ادارة .

**وظائف رئيس التحرير :**

تتنوع وفقا لحجم المجلة ، وعدد محرريها ، وتوزيعها ، فالمجلة الصغيرة يقوم رئيس تحريرها بمعظم مسئوليات ادارة الجهاز التحريرى ولا يحتاج الى معاونين له ، فى حين يحتاج فى المجلة العامة الجماهيرية ذات التوزيع الضخم الى أكثر من معاون : ويقسم البعض وظائف رئيس التحرير الى خمس :

**الوظيفة الأولى : اقتصادية.:**

وتبدو فى تحكمه فى شراء مقالات الصاحفين ، وأعمال المصورين او الرسامين ، والتعاقد مع الوكالات ، وتقرير المكافآت والمرتبات والخصومات والجزاءات ، ويحدد عدد النسخ المطبوعة ، ويستشار قبل رفع سعر الاعلان ، أو زيادة الاشتراكات .

**الوظيفة الثانية : تتعلق بالرأى العام :**

وتتعلق بتحليل اتجاهات الراى العام نحو مجلته : رأى القراء والمنافسين والمسئولين ورؤساء التحرير الآخرين ، وأخطر ما يشرف عليه ويديره ويطلع عليه باستمرار هو تقارير بحوث أو استطلاعات الرأى العام ، ورسائل القراء الخاصة به ، أو التى ترد الى المجلة ، كأنها تقارير انتاج يتلقاها مدير أحد المصانع .

**الوظيفة الثالثة : التوجيه فى النواحى الفنية الصحفية :**

وتبدأ مع تقرير أو تنفيذ صيغتها أو نمطها،فيقترح افكار الموضوعات: المكتوبة أو المصورة ، وقد يقترح ايضا أساليب المعالجة ، ان لم يأمر بها ، ويحدد بمفرده أو مع آخرين السياسة التى سوف تتبعها المجلة فى المسائل العامة ، يشرف بعد ذلك على العمليات الفنية الاخرى فى المجلة ، وكلما كانت المجلة كبيرة ، قلت العمليات الفنية التى يؤديها رئيس التحرير أو يشارك فيها ( الا اذا كان من النوع الدكتاتورى الذى يفرض شخصيته على العاملين معه أو يحتفظ لنفسه بالصفحات المهمة ) .

وهذه العمليات أو النواحى الفنية تشمل : تحرير الموضوعات ، تحديد شكل الصور وأسلوب اخراجها ، وكتابة التعليق أو الكلام المصاحب لها ، الموافقة على تبويب المجلة ووضع الجدول الزمنى للتنفيذ ، وتصميم المجلة ، ورسم الماكيت ، وقراءة البروفات ، والموافقة على بروفة المطبعة الأخيرة .

**الوظيفة الرابعة : الكتابة :**

وهذه الوظيفة تختلف حسب حجم المجلة وعدد محـــرريها ، ففى المجلة الصـــغيرة قد يكتب عمودا شخصيا واكثـــر من موضوع ، ويرد على رسائل القراء .

اما فى المجلة الجماهيرية العامة الكبيرة : فقد يكتب الافتتاحية ، أو يضع خطوطها العامة فقط ليكتبها غيره ويراجعها .

والى جانب الكتابة فى المجلة ، يـــكتب عنها ايضـــا : خطابات الترويج الى المعلنين ، النص الاعلانى الذى سيظهر عن عددها الجديد ، المقالات التى تنشر عنها فى المطبوعات المهنية ، مقالات وقصص اخبـــارية عن الموضوعات غير العادية التى حققت المجلة فيها سبقا على غيرها وكيف تم هـــــذا ؟ وعن التغييرات الجديدة التى ستحدث فى المجلة

**الوظيفة الخامسة : العلاقات العامة :**

وتتعلق بالدور الذى يلعبه رئيس تحرير المجلة فى تطوير صـــورة المجلة وتحسينها امام الراى العام : وتبدأ بالتفاوض مع الكتاب الخارجيين ( المصاحفين ) ، والاشتراك فى أوجه النشاط العامة والمهنية ، فرؤسـاء التحرير الآن يظهرون فى المؤتمرات العامة ، ويلقون خطبا فى تجمعات بتخصص مجلاتهم وبذلك يعطون صورة ذهنية جيدة عن مجلتهم من خلال جماهيرية ، وهم أعضاء فى لجان كثيرة ، أو جمعيات أو أتحادات تهصل الصورة التى تتكون عنهم (*) .

**وهناك نوعان من رؤساء التحرير :**

النوع الاول يرى فى فرض شخصيته على العاملين معه الوســـيلة التى تضمن سلامة العمل ، ويرى الاستاذ جلال الدين الحمامصى ان هذا « قد يكون صالحا فى بعض الحالات ولكنه ليس كذلك فى كل الحالات ، لان النتيجة الحتمية لهذا التصرف ، هى انعدام الوزن الصحفى والشخصى فى أفراد الجهاز التحريرى ، وتحويلهم الى « بالونات . يمسك رؤســــاء التحرير بخيوطها » .

---

(*) من النماذج المصرية لرؤساء التحرير الناجحين فى هذه الوظيفة صلاح جلال رئيس القسم العلمى بجريدة الاهرام ورئيس تحرير مجلة « الشباب وعلوم المستقبل » فهو عضو مؤسس ويشغل أكثر من منصب فى أندية ومؤتمرات وجمعيات علمية داخل مصر وخارجها .

ففى الحالات التى يريد فيها رئيس التحرير أن يعتبر شخص ، لا يمكن للصحيفة الاستغناء عنه ، يحول الاجهزة العاملة ، بوسائل متعددة ، الى آلات تتحرك وفقا لتعليمات يصدرها اليهم ، ولا يجوز الخروج عنها مهما تكن الظروف ، وهذه الوسائل تؤدى فى النهاية الى غياب العناصر المفكرة والمبتكرة والتى تحول الصحيفة الى مادة حية ناطقة معبرة بكل احاسيس الجماهير ،انها وسيلة قاتلة لروح الابتكار ، وحاسة تحريك المجموعة الصحفية العاملة بالمجلة ، حركة متجددة لا تخضع لروتين مرسوم ، ولا خضوع فيها لفكرة معينة ثابتة لا تتغير ، وبالاجمال فانها عملية جمود ووقوف بلا رغبة فى الانطلاق .

وتتسم تصرفات هذا النوع من رؤساءالتحرير بالأنانية القاتلة ، لا بالنسبة للأفراد العاملين بالمجلة فقط ، وهى عملية قتل للمجلة نفسها ، اذ أن مسألة الاستغناء أو عدم الاستغناء عن شخص ما ، هى عملية نسبية ، واذا قدر لرئيس من هؤلاء الرؤساء الانانيين أن يترك أو يرغم على ترك عمله تحت أى ظرف من الظروف ، فانه يترك وراءه فراغا ينعكس اثره السىء على الصحيفة نفسها ، وعلى العاملين بها ، لا نقول أنه يصعب ملؤه ، بل يحتاج الى وقت لشغله بمن يستطيع جمع هذا الشتات الممزق من الكفاءات الضائعة ، التائهة .

والنوع الثانى من رؤساء التحرير ، هو « الذى يلعب فيه رئيس التحرير دور الخلاق للأفكار والذى يدفع بالكفاءات الى الصفوف الأولى، ويترك لها المجال الحر للانطلاق ، بأفكارها وكفاءاتها بغير حدود ، ووفقا لسياسة الصحيفة فان الكسب هنا لا ينعكس على المهنة ذاتها بل هو تدعيم قوى لأجهزة المجلة بحيث يمكن ان تمضى فى اداء عملها وتحقيق رسالتها فى كل الظروف ، سواء كان رئيس التحرير قائما بالعمل أو متغيبا ، ولعل هذه المهمة هى واحدة من المهام الرئيسية لمن يصل عن كفاءة الى منصب رئيس التحرير : فمهام رئيس التحرير الناجح فى نظر الأستاذ جلال الدين الحمامصى « ليست مقصورة على أن يشرف على اخراج صحيفة نموذجية فحسب ، بل أن عليه أن يفتح الطريق واسعا ، لكى تجد الكفاءة مجالها الفسيح فى الصفوف الأولى والثانية ، ليست مهمته تفريغ الأنباء فقط ، بل أن مهمته تفريخ اولئك الذين يسعون وراء الأنباء الصادقة ، والافكار النبيلة ، والدفاع عن الحق والرسالة الصحفية بلا خوف أو تردد » (٧٦) .

**معاونو رئيس التحرير :**

ويسميهم البعض رؤساء التحرير Editors تمييزا لهم عن رئيس التحرير الذى يسمى رئيس التحرير ( العام — أو الاعلى ) Chief editor ، وهم التالون لرئيس التحرير فى المسئولية ،

ومعاونيه ، ويتوقف نجاح رئيس التحرير فى عمله على حسن اختياره لمعاونيه ، وتحديد اختصاصاتهم،ثم اعطائهم حرية وفقا لهذه التخصصات مع الحرص على أن يكون لكل منهم حرية التصرف وفقا للسياسة العامة للمجلة ، ولما يتطلبه الحدث الصحفى ، ولا وفقا لما يمكن أن يكون عليه تصرف رئيس التحرير شخصيا فقط (٧٧) .

وهم فى المجلة مختلفو الاسماء ، والمناصب ، ولكنهم جميعا يعاونون رئيس التحرير فى أداء عمله وهم : مدير التحرير — مساعد رئيس التحرير — نائب رئيس التحرير — رئيس التحرير التنفيذى — رئيس التحرير المساعد — رئيس تحرير الطبعة الخارجية ، وكل مجلة تطلق على معاونى رئيس تحريرها الاسم الذى يناسب طبيعة عمله ، وقد يوجد هؤلاء كلهم فى مجلة واحدة ، وأيا كان عددهم أو الاسماء التى تطلق عليهم فوظيفتهم هى :

١ — تنفيذ تعليمات رئيس التحرير الاسبوعية أو الشهرية وتوجيهاته ( حسب نوع المجلة ) .

٢ — الاشراف على عمل الاقسام المختلفة .

٣ — أداء وظائف رئيس التحرير المختلفة فى حالة غيابه .

٤ — حلقة الوصل بين رئيس التحرير وبين باقى اقسام المجلة .

٥ — حل المشاكل التنفيذية التى قد تعترض العمل اليومى لمحررى المجلة .

٦ — ادارة اجتماعات جهاز التحرير فى غياب رئيس التحرير أو فى وجوده .

٧ — حضور بعض المناسبات أو أداء بعض المهمات أو تمثيل المجلة فى أوقات معينة بتفويض من رئيس التحرير أو نيابة عنه .

٨ — الاشراف على قطاع معين من قطاعات التحرير ، أو مرحلة من مراحله ، اى أن احد المعاونين يشرف على التحرير ، وآخر على المطابع ، وثالث على المواد المصورة ( الصور والرسوم بما فيها قسم التصوير الفوتوغرافى والرسامون ) ، ورابعا على قسم المعلومات والبحوث ورسائل المراسلين ، وخامسا يتولى الشئون الادارية .

واكثر الالقاب التى تطلق على معاونى رئيس التحرير شـــيوعا هى :

مدير التحرير Managing editor ، ومساعد رئيس التحـرير Assistant editor ، ونائب رئيس التحرير Subeditor المشرف الفنى أو المدير الفنى Artdirector

وفى بعض المجلات يسمى محرر الانتاج Production editor أو المصمم Designer ، وتتعلق مهمته بوضع « استراتيجية فنية » أو « التصميم العام للمجلة » ، او اتخاذ القرارات الفنية الاساسية بشكل عام (*) وتطبيقاتها فى كل عدد ، فهو يحدد المساحة التى ستعطى لكل موضوع واسلوب اخراجه ، والصور والرســـوم المستعملة والالوان ويشرف على توزيع المواد على صفحات المجلة المختلفة بالتشاور مع رئيس التحرير أو معاونيه .

وهو اساسا فنان تشكيلى ، وخبير فى الالوان ، ومصمم جيد . قبل أن يكون صحفيا محترفا ، وهو شخصية لا توجد فى الجرائد ، بل فى المجلات فقط ، حيث يحتاج اخراج المجلة الى توافر جانبين : الجـانب الوظيفى والجانب الجمالى (٧٨) .

## قسم الاخراج او سكرتير التحرير :

وهذا القسم هو المسئول عن تنفيذ التصميم الاساسى للمجلة ، والتصور المبدئى الذى يضعه المدير الفنى بالتشاور مع رئيس التحـرير أو معاونيه ، ويطلق على العاملين فيه محررو الاخراج أو ســـكرتارية التحرير أو المخرجون الصحفيون وهم نوعان .

### المخرج الصحفى الفنى وسكرتير التحرير الفنى :

ومهمته تحويل المواد الصحفية المكتوبة والمصورة ، وفقا لرؤيـــة المشرف أو المدير الفنى للمجلة الى واقع تيبوغرافى : عناوين ومقدمات ومتن وصور ورسوم وجداول والوان وعناوين فرعية و ... و ...

انه يرسم الماكيت ( Maquette ) ( التصميم المبدئى للمجلة ) الذى يبين فيه شكل المواد ، وتصل اليه المادة من كبير المراجعين عن طريق المدير الفنى مكتوبة ومصورة ، وبعد تحديد موقعها داخل المجلة ، وداخل

(*) سبق الحديث عن القرارات الفنية الاساسية فى الفصل الثانى بالتفصيل .

صفحاتها ، وبعد رسم الماكيت ترسل المواد الى قسم الجمع أو الحفر أو التصوير ، والماكيتات الى الاقسام الفنية للتنفيذ .

**المخرج الصحفى المنفذ ( سكرتير التحرير التنفيذى ) :**

هو الشخص الذى يقوم بتنفيذ صفحات المجلة وفقا للماكيت ، فى صالة التوضيب فى حالة الطباعة البارزة ، وفى صالة المونتاج فى حالتى الطباعة الغائرة والملساء ، ويقوم بمراجعة البروفات ، واجراء الاختصارات اللازمة (٧٩) .

**كبار المحررين أو رؤساء الاقسام** Senior Editors

وهم كبار محررى المجلة المتخصصين كل فى مجال محدد ، المحرر الاقتصادى مثلا ، أو المحرر الفنى ، أو المحرر السياسى .. خاصة فى المجلة الجماهيرية العامة .

وهذا المحرر يكون فى الوقت نفسه كبيرا لمحررى قسم او باب ثابت داخل المجلة ، أو صفحة متخصصة ، ويعمل تحت مسئوليته عدد من المحررين ، اى انه رئيس القسم .

ومهمة هذا المحرر المتخصص اعداد مواد القسم او الباب الثابت أو الصفحة المتخصصة ، وتوجيه محرريه ، والاشراف على أى موضوع عام ينشر خارج نطاقه ويتصل بتخصصه ، ويتابع الاحداث المهمة فى مجال تخصصه التى قد تكون موضوعا للغلاف فى عدد ما ، ويعتبر رئيس التحرير داخل القسم أو الباب أو الصفحة المتخصصة التى يشرف عليها ، وفى بعض الاحيان يكون له ركن أو عمود ثابت يوقعه بامضائه . وقد يطلق عليه اسم : كبير المحررين ، المحرر الـ ... ، رئيس القسم الـ .... ، محرر صفحة الـ .... ، أو محرر باب الـ ... .

**كبير المراسلين** Chief Correspondents

ويعتبر — فى المجلات التى تهتم بالتغطية الخارجية ولها توزيع خارجى ضخم مثل المجلات الفرنسية والامريكية العامة والاخبارية — اقدم المراسلين واكثرهم خبرة وتمكنا من عمله .

**المحررون** Editors ، **والمندوبون** Reporters

هم محررو اقسام المجلة المختلفة ، وهم فى المجلات العامة ذات التوزيع الضخم والتبويب المنوع ، يوزعون على التخصصات المختلفة ،

وفقا لاقسام أو أبواب المجلة المختلفة ويكون الاعتماد الاساسى هنا على المحررين ، الذين يحصلون على الاخبار خلال اجراؤهم التحقيقات والاحاديث المختلفة ، أما فى المجلة الاخبارية فالاعتماد يكون اساسيا على المندوبين الموزعين على المصادر المختلفة فى الداخل والخارج ( المراسلين الخارجيين ) ، وفى بعض المجلات ذات التوزيع الاقل ، والاضيق فى عدد المحررين نجد أن معظم المحررين يعملون فى كل أقسام المجلة ولا توجد تخصصات ، أما المجلات المتخصصة ومجلات الهيئات فيقل عدد محرريها ومندوبيها ليتقلص الى جهاز تحريرى من خمسة محررين بينهم سكرتير التحرير والمشرف الفنى .

## كتاب المجلة Staff Writers

وهم الكتاب الذين تنحصر مهمتهم فى كتابة مقالات وأجراء أحاديث ، أو عمل بحوث ودراسات بانتظام ، وأحيانا تخصص لهم زوايا أو أركان واعمدة ثابتة متخصصة ، وهم أعضاء ثابتين فى الجهاز التحريرى للمجلة وبعضهم يكون كاتبا بارزا فتضمه المجلة الى هيئة تحريرها لكى تستفيد من اسمه اللامع وارتباطه بالقراء وارتباط القراء بموضوعاته وابداعه ، أو يبدأ عمله فى المجلة أو فى مجلة أو جريدة اخرى كمندوب وكمحرر ويمر بمراحل العمل المختلفة فى المجلة ، ويلمع ويبرز اسمه ويصبح له أسلوبه الصحفى المميز وشخصيته الصحفية المستقلة ، والى جانب هؤلاء الكتاب نجد بعض الرسامين المحترفين للرسوم الساخرة والتعبيرية .

## الاقسام المشتركة او المعاونة :

وهى مجموعة الاقسام التى تتعاون مع جهاز التحرير باكمله — وهى جزء منه — وتشارك بشكل مستمر فى انتاج المجلة ، فى اعداد المادة الصحفية المكتوبة والمصورة والمرسومة قبل ارسالها الى المطبعة وهى :

### — قسم التصوير الفوتوغرافى :

وقسم التصوير يقل عدد العاملين فيه أو يكثر حسب حجم المجلة وامكانياتها وعدد محرريها ففى المجلات الصغيرة المحلية أو المتخصصة قد لا يزيد عددهم عن ثلاثة ، ويستخدمون عدد قليل من آلات التصوير ومعدات طبع وتحميض بسيطة ، اما فى المجلات الكبيرة ( العامة القومية ) فنجد عدد كبير من المصورين المحترفين وفنيين للعمل فى المعمل ، ويمارسون عملهم من خلال آلات تصوير متطورة وعربات مزودة بأجهزة طبع وتحميض واجهزة استقبال وارسال للصور ، وتجهيزات كاملة ومعمل متطور ،

تشكل كلها ما يسمى بقسم التصوير فى المجلة ، وبعض المجلات الصغيرة قد لا يكون بها قسم للتصوير وانما تعتمد على مصورين من الخارج أو وكالات الانباء والصور والرسوم او مكاتب العلاقات العامة (٨٠) .

وايا كان حجم قسم التصوير فى المجلة فانه يضم عددا من المصورين والفنيين ( الذين يقومون بالعمليات الفنية المختلفة من تحميض وطبع واجراء الرتوش فى الصورة و ... و .. ويشرف على هذا كله او يراسه ويديره كبير المصورين أو رئيس قسم التصوير ، وفى بعض المجلات يكون بدرجة نائب رئيس تحرير ، وعادة ما يحضر اجتماعات مجلس تحرير المجلة الذى يضم رئيس التحرير وكبار معاونيه لتنسيق ووضع خطط لموضوعات المجلة المقبلة ومهمات المحررين الاسبوعية أو نصف الشهرية أو الشهرية أو ربع السنوية حسب دورية صدور المجلة ، وحضور رئيس قسم التصوير لهذا الاجتماع هدفه هو التنسيق بين عمل قسمه وباقى اقسام المجلة المختلفة لان قسم التصوير قسم مساعد لباقى اقسام المجلة ، ويعقد هذا القسم مثل غيره من اقسام المجلة اجتماعا او اكثر خلال الاسبوع يتم فيه عملين :

الاول : هو عملية تقويم Evaluation لنشاط افراد القسم فى العدد السابق والذى ظهرت نتيجته فى الصور المنشورة فى عدد المجلة الصادر صباح يوم الاجتماع . وتكون المقارنة مع باقى المجلات الاخرى ( التى تكون من نفس الصيغة الصحفية او التخصص التحريرى ) لمعرفة الجهد الذى بذله طاقم المصورين ( افراد القسم ) ، والصور المنشورة فى المجلة وما الذى امتازت به عن المجلات الاخرى او تختلف فيه عن تلك المجلات .

والثانى : عملية تخطيط Planning لعمل القسم فى العدد الجديد ، أو بعبارة أدق تحديد المهمات المكلف بها كل فرد داخل قسم التصوير ، وهذا التخطيط لا ينبع من فراغ بل يتم من خلال التعاون مع رؤساء الاقسام المختلفة كالتحقيقات ، او المراة او الرياضة أو الفن ، وحسب خطط كل قسم يضع قسم التصوير خططه وينسقها مع كل محرر فى قسم التحقيقات على سبيل المثال يخرج مصور صحفى ليقوم بتصوير الموضوع المكلف به هذا المحرر ، وقد يخرج بعض المصورين بتكليف خاص من قسم التصوير لعمل بعض الموضوعات المصورة المستقلة (٨١) .

ويحتفظ رئيس قسم التصوير او كبير المصورين — المسئول عن القسم — عادة بمفكرة يومية Diasy — وفيها يسجل ما يتوقع من احداث وما يخطط من موضوعات ليرسل المصورين الى اماكنها ، وتكليف كل مصور منهم بمهمة محددة Assignment تسجل فى استمارة اوامر

تصوير أو ما يسمى فى دور الصحف المصرية ( بون التصوير ) أو ( طلب تصوير موضوع ) أو (أمر تكليف بتصوير ) وفيه يحدد للمصور :

موعد التصوير ـ اليوم والساعة ـ اسم المحرر ـ الموضوع ـ مكان التصوير ـ عدد الصور ـ موعد صدور البون ـ اسم المصور ـ زمن تصوير الموضوع .

ويشمل الى جانب ذلك التعليمات الخاصة بتنفيذ الصورة التى يكلف بها فنيين المعمل ( الغرفة السوداء ) ويحدد فيها :

عدد الصور ـ مقاس الصور ـ مواعيد التسليم والاستلام ـ سكرتير التحرير المختص .

وتسلم هذه الاستمارة أو طلب تصوير الموضوع من التحرير الى قسم التصوير الذى يقوم بناء عليها بتكليف المصور (٨٢) .

وينبغى أن يكون التخطيط مرنا وأن يتواجد باستمرار مصور احتياطى متفرغ لمتابعة أى احداث مفاجئة أو تعديلات جديدة فى خطة المجلة عامة وقسم التصوير بشكل خاص فيوجه القسم كل جهوده نحو هذه الاحداث أو التعديلات الجديدة وقد يلغى كل تخطيطه السابق ؛ والى جانب الصور التى يلتقطها مصورو المجلة يمكن للمجلة أن تحصل على الصور الفوتوغرافية من أكثر من مصدر مثل : المصادر الصحفية نفسها ، وكالات الانباء العالمية ، وكالات خاصة بالصور والرسوم وتستفيد فى هذا الصدد من الاجهزة الخاصة التى وفرها لها التقدم التكنولوجى مثل : جهاز التليفوتو الاوتوماتيكى ، وجهاز الراديو أو التلوجراف ؛ كما يستفاد من الجرائد والمجلات الاجنبية فى الحصول على الصور ، وكذلك من المصورين المحترفين ، والمصورين الهواة ، والجمهور ، وكذلك من مكاتب العلاقات العامة فى المصالح والهيئات والشركات ، وكذلك ادارات الاعلام ومكاتب الصحافة بالوزارات والسفارات والمؤسسات الكبرى التى تهتم اهتماما كبيرا بتوفير المعلومات والصور اللازمة التى تقدمها الى الصحف وأجهزة الاعلام عن نشاطات ومشروعات أقسامها وأجهزتها المختلفة ، كذلك يستفاد من قسم المعلومات فى الحصول على الصور من أرشيف الصور (٨٣) .

## قسم المعلومات والبحوث :

ويراسه محرر أو رئيس قسم المعلومات ويضم داخله ثلاثة قطاعات :

## ١ ــ الارشيف :

وهو كما يعرفه الاستاذ ابو الفتوح حامد عودة « مجموعة من المواد الضخمة التى تتضمن المعلومات التى تفيد فى الحقل الصحفى والتى تتجمع على مرور الزمن نتيجة العمليات المستمرة لتجميع المواد عن طريق اختيار القصاصات من الصحف وتجميع الصور والخرائط والنشرات وما شابه ذلك .. وهذه المواد لابد ان تكون مرتبة طبقا لخطط الترتيب التى تصنفها قواعد الفهرسة ، وان تكون جاهزة للتقديم بمجرد طلبها ، وان تكون من الانواع التى تفيد الصحفى فى مجالات عمله » (٨٤) .

ويتضمن الارشيف : المعلومات والصور ، المعلومات فى شكل قصاصات ( واحيانا ميكروفيلم ) وملخصات عن موضوعات واشخاص وقضايا وتقوم افضلية اختيار ما يقص من الصحف ( جرائد ومجلات ) على ما يلى :

— المادة الصحفية التى يوقعها اصحابها كالمقال والعمود والتحقيق .. الخ ..

— الاخبار التى تم حدوثها فعلا وليست المتوقعة او المحتملة ..

— احتياجات التحرير .

والى جانب ذلك نجد بعض الوثائق ، والمعلومات عن بعض الاشخاص ، واصول بعض الموضوعات .

وكذلك تميل بعض دور الصحف الى الاحتفاظ باصول كل الموضوعات المنشورة وغير المنشورة وكل خطابات الجريدة والمراسلات التى تتم بين رئيس تحريرها والقراء والمسئولين .

اما الصور : فتشمل كل اصول الصور التى حصلت عليها المجلة من المصادر السابق ذكرها سواء نشرت أم لم تنشر ، وترتب الصور ابجديا بالنسبة لاسماء الاشخاص او الموضوعات او الاثنين حتى يمكن الوصول الى الصور المطلوبة بسرعة وبسهولة وبالاضافة لهذا الارشيف فى بعض الدور الصحفية نجد أن لقسم التصوير أرشيفه الخاص به .

ويحتفظ فى أرشيف الصور بالسالبيات nagtives ( واحيانا فى أرشيف قسم التصوير ) ، وكذلك بالانماط المعدنية الجاهزة (الكليشيهات) التى تشمل :

كليشيهات الاعلانات ، كليشيهات الرسوم ــ كليشيهات صور الشخصيات ــ كليشيهات صور الاماكن والاشياء والرسوم الكاريكاتورية ــ كليشيهات الابواب والعناوين الثابتة وكليشيهات الرموز ، ويستفاد من هذه الكليشيهات فى امكانية الحصول عليها بسرعة وتوفير الوقت وطبعها بسهولة فى آخر لحظة ، كما يجعل وجود أصول الصور والسابات عمل المخرج الصحفى أكثر مرونة لانه يسهل عمل الانماط المعدنية المطلوبة دون تقيد بالنمط المطبوع من قبل ( الكليشيه ) .

ولابد من وجود نبذة ترفق بكل فيلم أو صورة لتسهيل عملية الاخراج وسرعته أيضا تحدد موضوع الفيلم أو الصورة وتاريخ التقاط الصور ونشرها وتلجا المجلة الى الارشيف للحصول على الصورة أو النمط المعدنى ( الكليشيه ) فى الحالات التى لا تتطلب التقاط صور جديدة لشخص أو لمكان او لموضوع ما أو يتعذر فيها ذلك (٨٥) .

## ٢ ــ المكتبة :

وهى هامة للمحرر فى المجلة فمهنته تتطلب تطوير معلوماته ومداومة الاطلاع وهو ما يطلق عليه تعبير التعليم الذاتى ، واضافة الى ذلك فان طبيعة تحرير المجلة والمضمون المقدم فيها والذى يغلب عليه الجانب التفسيرى والتحليلى ، والبحث المتعمق وراء الجذور والاسباب عكس الجريدة التى تسعى وراء الجانب الاخبارى والسبق الصحفى ، تتطلب هذه الطبيعة الاعتماد على الرجوع الى المكتبة الصحفية فى المجلة التى تضم فى الغالب : دوائر المعارف والاطالس والادلة وأحدث الكتب والمراجع العلمية والمجلات والجرائد المحلية والاجنبية ، وكل الاعداد التى صدرت من المجلة منذ عددها الاول .

## ٣ ــ قسم البحوث :

وهو قسم يضم مجموعة من المحررين الباحثين الذين يقومون من حين لاخر باعداد البحوث والدراسات اللازمة التى يحتاجها التحرير ويطلبها رئيس التحرير أو معاونيه أو أحد رؤساء الاقسام .

وهكذا نرى أن قسم المعلومات فى المجلة أو الجريدة ، أو الارشيف الصحفى كما يحب البعض أن يطلق عليه حتى اليوم استمرار للتسمية القديمة التقليدية له يتكون كنظام للعمل من ثلاثة أجزاء أو مكونات رئيسية هى (٨٦) :

١ ــ المادة : وتمثل المدخلات Jnputo ، وهى البيانات التى تغذى الارشيف من مختلف أوجه المعرفة ، فهى تشمل المراجع والقواميس

ودوائر المعارف والكتب ومجلدات الصحف ( جرائد ومجلات ) والكتيبات ومطبوعات الحكومة والاحصائيات وقصاصات الصحف التى تعد المورد الرئيسى للارشيف ، والى جانب ذلك تضم مادة الارشيف اصول الصور والرسوم الكاريكاتورية والخرائط والفهارس .

٢ ــ العمل وهو الجزء الثانى من اجزاء الارشيف ، ويمثل تشغيل وتحليل واختيار المادة . وذلك بحصرها دون تشويه أو تحريف واضافتها الى مجموعاتها ، وقص المعلومات وفق الفهرسةوالتصنيف المتبع . ثم تحديد مكان لكل ورقة أو مادة على الارفف وفى الدواليب والادراج بحيث يمكن الوصول اليها بمجرد طلبها فى سهولة ويسر ، وفى هذا الجزء من اجزاء العمل تتحول المادة بفضل الجهد البشرى من مدخلات الى مخرجات Outputo تتمثل فى المعلومات الجاهزة للطلب والافادة منها .

٣ ــ الخدمة : تمثل الجزء الثالث من اجزاء الارشيف وهى مساعدة المحررين والباحثين على استكمال موضوعاتهم وارشادهم الى ما يرجعون اليه فى الموضوعات ويتصل بهذه الخدمة اهتمام العاملين فى الارشيف الصحفى بالحصول على أحدث المعلومات ثم السرعة فى تقديم المعلومات للمحررين والباحثين .

ويشترط البعض أن تكون المواد التى يحفظها الارشيف الصحفى ــ او قسم المعلومات فى الصحيفة جريدة أو مجلة ــ أن تكون ملائمة للعمل الصحفى ، وأن تكون صحيحة وغير ضارة بالمجتمع ، وينبغى تجنب التكرار ، والاستهلاك الدورى للمواد التى تفقد قيمتها ليحل محلها الجديد .

ومهمة هذا القسم هى تزويد المحررين بكل المعلومات والخلفيات التى يحتاجونها لاستكمال موضوعاتها قبل النشر ، ومراجعة الموضوعات قبل النشر من ناحية دقة المعلومات .

**ــ قسم المراجعة : ويراسه كبير المراجعين Copy editor.**

ويضم مجموعة من المراجعين الذين يتولون قراءة الموضوعات التى يرسلها اليهم رئيس التحرير أو معاونوه أو رؤساء الاقسام ، والمراجع يشبه الآلة التى تقوم بقطع الماس فى دقة وعناية بحيث تحافظ عليه ولا تشوهه ، بل أنها قد تعطيه شكلا أروع من شكله الاصلى ، وقد يعدلون فى صياغة بعض الموضوعات ، يحذفون منها ، أو يضيفون اليها ، يكتبون عنوانا جديدا ، يدمجون أكثر من موضوع معا ، ويخرجون بأكثر من موضوع من موضوع واحد ، وهم عصب المجلة الحديثة لانهم يحفظون

توازن الاسلوب فيها ويجعلونه كله نغمة واحدة ، ويجعلون للمجـلة لهجة أو لغة موحدة ، وهم لا يستطيعون أن يخلقوا موضــوعا جيدا من مادة مجموعة بشكل غير متكامل ومكتوبة بشكل ردىء ما ولكنهم يستطيعون أن يخرجوا موضوعا عظيما من مادة مجموعة بشكل جيد ، معلومات كثيرة، عيبها الوحيد أنها كتبت بشكل ردىء فقط .

ب- قسم التصحيح : ويراسه كبير المصححين Copy editor

ويضم مجموعة من المصححين مهمتهم مراجعة الموضوعات بعــد جمعها ( وبعض المجلات قبل الجمع ) ثم بعد طبع بروفات الصفحات ، قبل الطبع ، للتأكد من عدم وجود أخطاء مطبعية .

**الكاتب الحر ( المصاحف ) Non - Staff Writer ( Freelancer )**

الكاتب الحر أو المصاحف Freelancer (*) هو شخص لايعمل عضوا ثابتا فى جهاز تحرير المجـلة ، لكن يكتب فيهـا ، ويرتبط بهـا ، لا يلتزم بالعمل بها كوظيفة ، وقد يكون محـررا أو كاتبـا أو مصـورا أو رساما ، لكنه يعمل حرا طليقا لحسابه الخاص ، وبشروطه ، فهـو رئيس تحرير نفسه ، يعمل عندما يرغب فى العمل ويضع خططه ويمارس مسئولياته بنفسه .

وتعتمد المجلات على المصاحفين اكثر من اعتماد الجرائد عليهم ، بحكم أن الجرائد تعتمد على التغطية الاخبارية المنتظمة من طاقمها التحريرى أو من وكالات الانباء ، أما المجلات فمواردها اكثر تنوعا ولديها وقت اطول، ويمكنها أن توظفهم حسب خططها طويلة الاجل ، بشكل منتظم ، وتستفيد من تخصصاتهم المختلفة المتنوعة والتى تسد حاجات لا يؤديها أعضـاء طاقمها التحريرى .

وتنتشر ظاهرة المصاحفة ، أو الكتابة للجرائد والمجــلات من الخارج ، فى الدول الكبرى ، التى يصدر فيها عدد ضخم من الجــرائد والمجلات ، خاصة المجلات الجماهيرية العامة ، والمجلات ذات التخصص الدقيق حيث يلعب المصاحف هنـا الدور الاكبر والاهم ويعتمد عليـه بشكل أساسى (٨٧) .

وبعض هؤلاء المصاحفين قد يكونون كتابا محترفين متفرغين لعملية

---

(*) Freelanclr كلمة انجليزية تعود أصلها الاولى الى الحياة العسكرية ، حيث كانت تطلق على الشخص المحارب ، أو الفارس الذى يبيع قوته وقدرته على القتال الى الملوك أو القادة الحربيين ( العسكريين ) ، ولكن فى عصرنا الحالى اصبحت تطلق على الشخص غير المرتبط ، والذى لا يخضع لسلطة ، مثل الكاتب .

المصاحفة ، ولا يرتبطون بمجلة معينة ، وبعضهم يعملون فى وسائل اعلامية اخرى ، محررين او مذيعين أو رجال علاقات عامة ، وبعضهم يعمل اعمالا اخرى لا علاقة لها بالكتابة .

وبعض المصاحفين يتصل برئيس التحرير مباشرة ، أو عن طريق خطاب طلب كتابة موضوع Querry letter ، أو عن طريق وكالة معينة تسوق أعماله Syndicate ، أو وكيل خاص به Agent واذا ما تلقى الموافقة ، يكتب موضوعه ويرسله هو أو الوكالة أو الوكيل الى رئيس تحرير المجلة ، وعادة ما تحصل الوكالة أو الوكيل على عمولة Commission نظير تسويق المواد التى ينتجها المصاحفون (٨٨) .

وفى مصر ، لا توجد ظاهرة المصاحفة ، بشكلها التقليدى ، أى الكتاب والمحررون المحترفون الذين يعتمدون فى كسب عيشهم على الكتابة للجرائد والمجلات العامة الجماهيرية والمتخصصة ، بل ان معظم الكتاب والمحررين المصريين الذين يعملون اعضاء فى طاقم تحريرى بمجلة أو جريدة يعملون مصاحفين فى أخرى .

ومرد ذلك يعود الى واقع الصحافة المصرية الذى يتضح فى :

أ ــ اكتظاظ الجرائد والمجلات المصرية العامة ( القومية ) بعدد كبير من المحررين والكتاب الذين يزيد عددهم عن احتياجات جرائدهم ومجلاتهم .

ب ــ عدم ازدهار الصحافة المتخصصة ، التى تحتاج قدرا كبيرا من المصاحفين .

حـ ــ عدم وجود صحافة اقليمية حقيقية ــ بل مجرد نشرات يومية ــ وهى التى تعتبر البداية الطبيعية للكاتب المصاحف .

د ــ معظم كتابنا الكبار يعملون ككتاب بشكل ثابت فى جرائد أو مجلات ولا يكتبون لغيرها من المجلات أو الجرائد المصرية .

**لذلك نستطيع تقسيم الكتاب المصاحفين فى مصر الى خمس فئات رئيسية :**

**الفئة الاولى :**

كتاب روائيون ومفكرون يكتبون المقالات الطويلة والبحوث والروايات المسلسلة والقصص القصيرة وينشرونها فى أكثر من مجلة وجريدة ، فى الداخل والخارج ، مثلاً :

نجيب محفوظ ينشر قصصه فى جريدة الاهرام ومجلة اكتوبر ، ومجلة الدوحة القطرية ، واحسان عبد القدوس يكتب فى . الاهرام واكتوبر واحيانا فى روزاليوسف ومجلة الشرقية وجريدة الشرق الاوسط ( العربية التى تصدر فى لندن ) ، وانيس منصور يراس تحرير مجلة اكتوبر وينشر فيها مقالاته . والى جانب ذلك يكتب عموده اليومى « مواقف » فى جريدة الاهرام ، ومصطفى أمين يكتب عموده اليومى « فكرة » فى جريدة الاخبار ، وفى جريدة الشرق الاوسط ، ورشدى صالح رئيس تحرير آخر ساعة ينشر قصصه فى آخر ساعة ورزاليوسف وبعض الجرائد العربية (حتى وفاته فى منتصف العام الماضى ) .

**الفئـة الثانيـة :**

كتاب ومحررون صحفيون يعملون بشكل ثابت فى الاجهزة التحريرية لجرائد ومجلات قومية ، والى جانب ذلك يمارسون العمل الصحفي ( هنا التحرير الصحفى المتخصص ) فى جرائد ومجلات متخصصة كجرائد « الاهلى » و « الزمالك » و « الكورة والملاعب » ، ومجلات « السينما والمسرح » و « السينما والناس » و « الشاشة الصغيرة » و « الهلال » و « الثقافة » ، وبعض جرائد ومجلات النقابات والاتحادات المهنيـة .

**الفئـة الثالثـة :**

خبراء ومتخصصون فى مجالات معينة كالطب أو الزراعة او العمل، ويعملون ككتاب ومحررين فى الجرائد والمجلات المتخصصة التى تصدر عن النقابات والاتحادات والشركات ومراكز البحث العلمى .

**الفئـة الرابعـة :**

كتاب ومحررون يعملون بانتظام فى الاجهزة التحريرية لجرائد ومجلات قومية عامة ، ومتخصصة ويساهمون فى تحرير الجرائد والمجلات العربية التى تصدر فى العالم العربى ، أو فى خارجه باللغة العربية ، خاصة صحف الخليج العربى والسعودية ولبنان ، والصحف العربية فى لندن وباريس .

والفئات الاربع السابقة لا تتعامل معها الجرائد والمجلات المصرية أو العربية عن طريق الوكالات الصحفية المتخصصة ، او عن طريق وكلاء لهؤلاء الصاحفين ، بل عن طريق الاتصال الشخصى بالكاتب أو المحرر أو بمدير أعماله أو بسكرتيره الخاص — ان وجد — ، وكذلك عن طريق

المكاتب الرسمية للصحف العربية فى القاهرة مثل : مكاتب « جـريدة الشرق الاوسط » و « جريدة عكاظ » السعودية و « مجلة العـربى » الكويتية و « جريدة الدستور » الاردنية ، وغيرها من المكاتب ، أو عن طريق بعض الكتاب أو المحررين المصريين الذين يتولون ادارة أعمـال هذه الصحف فى مصر بشكل غير رسمى وغير معلن تهربا من الضرائب ، ومن مساءلة مؤسساتهم الصحفية ، أو لوجود بعض الخلافات السياسية بين هذه الصحف العربية وبين الخط السياسى الوطنى المصرى ، ونتيجة لذلك ظهرت فئة جديدة من المحررين الصحفيين كونوا ما يشبه الوكالات الصحفية الصغيرة ، التى تذكر بنشأة الوكالة الصحفية فى القرن الثامن

عشر ، حيث سميت حينئذ وكالة الشخص الواحد One man agency وهى تعمل ايضا بشكل غير رسـمى حيث يكلف هذا المحـرر الكتاب والمحررين الاخرين بموضوعات معينـة ، نظير أجـر معين يتفـق عليه ، ويتولى هو تسويق هذه الموضوعات الى الوكالات والصحف التى يتعامل معهـا .

وقد دخلت وكالة انباء الشرق الاوسط – الوكالة الرسـمية الوحيدة للأنباء فى مصر – المنافسة بانشائها قسما للموضوعات تتـولى عن طريقه تسويق الموضوعات المختلفة الى الجرائد والمجلات العربية ، ونجح هـذا القسم نجاحا ملحوظا ، ويغطى عـددا كبيرا من الدول العربيـة .

**الفئـة الخامسة والاخيرة :**

كتاب ومحررون صحفيون يعملون كمراسـلين لجـرائد اجنبية ، ومجلات ووكالات للأنباء ، وشبكات للاذاعة والتليفزيون ، فى افريقية ، وفى أوروبا ، وفى آسيا ، وفى الولايات المتحدة الامريكية ، بشكل رسمى ، وهؤلاء جميعا يضمهم – مع المراسلين الاجانب فى مصر – جمعية المراسلين الاجانب فى مصر (٨٩) .

**المصاحفـة الناجحـة :**

وينصح خبراء الصحافة واساتذتها ، وكبار الصحفيين ، المصاحف المبتدىء باتباع أربع خطوات ، لكى ينجح فى عمله (٩٠) :

**الخطوة الاولى : دراسة السوق بعناية :**

وذلك عن طريق فحص المجال الذى يهوى الكتابة فيه ودراسته ، فهو يستطيع بسهولة أن يجد اسواقا مفتوحة معينة لكتاباته ، وعليه أن

يقرا ــ وهذا يسير فى الخارج ــ ادلة المجلات والجرائد ، ويحلل اتجاهاتها والمقالات التى تتطلبها ، ويختار نمطا منها ويبدا فى دراسة اسلوب كتابته ، طول مقالاته ، وجهة نظر المجلة فى القضايا العامة ، يتم ذلك بقراءة أكثر من عدد من اعداد المجلة .

**الخطوة الثانية : اقامة صلات جيدة :**

فالمفاتيح الجيدة للمصاحفة الناجحة تكمن فى اقامة صلات قوية ومستمرة ووثيقة مع رؤساء التحرير والوكالات ووكلاء الناشرين ، اى القوى المؤثرة فى سوق النشر .

**الخطوة الثالثة : وضع الافكار الجديدة .. وكتابتها :**

ويتم ذلك بعد دراسة المجلات الموجودة ، والافكار التى عالجتها والتى لم تعالجها ، وتأتى من اكثر من مصدر : الملاحظة ، القراءات المختلفة ، قراءة المجلة نفسها ، ثم يصل الى معالجة جيدة لفكرته فى اسلوب قوى مؤثر ومناسب للمجلة .

**الخطوة الرابعة : التنفيذ ( وصول الموضوع الى المجلة ) :**

وهو هنا تسليم الموضوع الى المجلة التى يتعامل المصاحف معها ، بعد الاستقرار على المجلة التى يرغب فى الكتابة اليها ، ولكن عليه قبل أن يقدم الموضوع الى المجلة بعد صياغته أن يتأكد :

١ ــ انه لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها فى موضوع آخر فى تلك المجلة خلال السنوات الاخيرة ، لذلك تبدو استشارة رئيس التحرير مسالة مهمة .

٢ ــ أن لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها عدة مرات فى مجلات اخرى كثيرة، واذا حدث ذلك فينبغى أن يكون له معالجة اخرى ومعلومات طازجة، ورؤية مختلفة .

٣ ــ عنوان الموضوع ، وفقرة المقدمة من الضرورى العناية بهابدرجة تقدر معها على جذب انتباه رئيس التحرير ، وتجعله يريد أن يقرا ما فى داخل الموضوع .

٤ ــ انه جهز مخطوط الموضوع ، بشكل يتفق مع القواعد الشائعة فى دور الصحف من حيث استعمال الورق واسلوب تنظيم الصفحة .

٥ ـ ان هناك صورا واضحة ومهمة أو اقتراح عبارة مصورة مناسبة تصاحب الموضوع ، اذا كانت الصور غير متاحة .

٦ ـ انه وضعه فى مظروف مسطح Mailed Flat غير مدور ، ويصحبه طابع بريد لاعادته الى المرسل .

٧ ـ الاحتفاظ بنسخة كربونية من المقال حتى يمكن التغلب على مشكلة فقدان المقال فى البريد .

والآن .. كيف يسير دولاب العمل داخل الجهاز التحريرى لمجلة أسبوعية عامة ( جماهيرية ) على سبيل المثال :

١ ـ يجتمع رئيس التحرير ومعاونوه ورؤساء الاقسام لتقويم العدد الجديد الذى صدر ، والتخطيط للعدد الجديد .

٢ ـ تجتمع الاقسام المختلفة لكى تناقش العدد وتقومه ، وتخطط العدد الجديد ، ويقترح المحررون الموضوعات ، ويوافق عليها ، ويتم تكليفهم بموضوعات أخرى .

٣ ـ قد يكلف المحررون بموضوعات أخرى خلال الاسبوع غير ما اتفق عليه مع مسئول القسم أو رئيس التحرير ، وذلك وفقا لتطور الاحداث .

٤ ـ ينفذ المحررون الموضوعات ويجهزونها للنشر ، بعد تزويدها بالصور الفوتوغرافية أو الرسوم .. وهنا تبدأ نسخة الموضوع Copy فى التحرك حتى يتم طبع المجلة .

ـ يقوم المحرر بتسليم الموضوع الى مسئول الباب أو القسم أو الصفحة المتخصصة .

ـ يقرأ المسئول الموضوع ، واذا كان لديه ملاحظات يوجه المحرر لتنفيذها .

ـ اذا وافق عليه يسلمه الى احد معاونى رئيس التحرير الذى يقرأه ، واذا وافق عليه كما هو ، يرسل الى المشرف الفنى ، واذا احتاج الى مراجعة فى صياغته يرسل الى كبير المراجعين فى قسم المراجعة ، وبعد اعادة صياغته يعود الى معاون رئيس التحرير ، الذى يرسله الى قسم المعلومات لمراجعته من ناحية المعلومات ، ويعود اليه مرة أخرى ثم يقوم معاون رئيس التحرير

بتسليمه الي المشرف الفنى الذى يحدد المساحة التى سيشغلها وأسلوب اخراجه ، ويسلمه الى المخرج الصحفى ( الفنى ) الذى يقوم برسم الماكيت ويحـــدد شــكل الموضـــوع على الصفحة ويرسل المواد المـكتوبة الى الجمع والصـــور الى الحفــر أو التصوير .

— فى صالة الجمع ، أو صالة المونتاج يشرف المخـــرج الصحفى ( المنفذ ) على توضيب المجلة .

— ترسل البروفات الى قسم التصحيح ليراجعها المصـــححون مطبعيا ( طباعيا ) قبل الطبع ، ثم ترسل البروفات الى المطبعة لتنفيذ التصحيح ، ثم تأتى البروفات النهائية الى قسم التصحيح مرة أخرى ، لتراجع ، ثم ترسل البروفة النهائية الى المشرف الفنى ليراجعها فنيا ، ولرئيس التحرير أو أحد معاونيه ليعطى أمر الطبع ، وتطبع المجلة (٩١) .

## خامسا : قرارات على المستوى التنظيمى

وهذه القرارات التى يتخذها المخطط لاصدار المجلة ، وتتعلقبتنظيم اسلوب العمل فى اقسام او قطاعات المجلة المختلفة بهدف الوصول الى تنظيم المؤسسة الصحفية التى ستصدر المجلة ، وتصميم الخريطة او الهيكل التنظيمى للمؤسسة .

### ١ ــ تنظيم المؤسسة الصحفية

**التنظيم كعملية :**

عبارة عن وضع نظام علاقات بين اشخاص منسق اداريا من اجل تحقيق هدف مشترك (٩٢) .

ويحكم تنظيم العمل فى اى مؤسسة صحفية تصدر جريدة أو مجلة أو عدة جرائد أو مجلات ، أو كليهما عدة انماط تنظيمية .

**الاول : الاسلوب الهرمى أو الخطى :** Pyramidic or line type

الذى تصدر فيه السلطة بواسطة الترتيب أو الالقاب بتفويض غير مسئول لمواقع عالية ، وافضل نموذج له هو المؤسسة العسكرية ، ومن الواضح تماما أن مثل هذا النمط من التنظيم لا يمكن أن يكون ناجحا فى صحيفة .

**الثانى : الاسلوب الوظيفى :** Functional tyue

حيث تكلف السلطة حسب مستويات العمل أو الواجبات الخاصة ، مع أخذ كل وظيفة للسلطة النهائية الخاصة بها الاسلوب الوظيفى الاصيل ، لا يكون عمليا بالنسبة لصحيفة بسبب ان الاقسام سوف تكون بشكل عام بعيدة بعضها عن بعض أو متنافسة بدلا من أن تكون متعاونة .

**الثالث : الانتاج الخطى والانتاج** Line and Staff Production

هو مزيج من النظامين السابقين وتتدرج الرقابة فيه من أسفل الى أعلى ، بحيث يكون لكل طبقة أو مرحلة السلطة النهائية ، الاقسام

ـ فى المجلة مثلا ـ يراسها مسئولون منفذون تابعون مباشرة لمنفذ رئيسى ، ولكن مع اعطاء كل قسم مسئولية كاملة وسلطة .

وهذا النمط من التنظيم يناسب نظام العمل داخل مجلة متعددة الاقسام ، لانه يزود برقابة على كل الاقسام ، مع السماح بحرية العمل داخل كل قسم .

**فرئيس القسم الميكانيكى :**

على سبيل المثال ، قد يكون رئيسا لرئيس قسم قاعة عمال الجمع ، ولكن الاخير يكون له السلطة النهائية فى قضايا قاعة الجمع ، وعماله يعرضون مشاكلهم مباشرة عليه اى على رئيس القسم الميكانيكى .

واذا اراد مدير الاعلانات أن تصاحب قصة خبرية اعلانا عن افتتاح متجر ـ لن يكلف مندوبا أو مخبرا بالقصة ولكنه سوف يتجه الى محرر المدينة ( رئيس قسم الاخبار ) الذى لديه السلطة الكاملة على تغطية الاخبار المحلية كلها . واذا علم مدير التحرير أن موزعى المجلة قد قاموا بطى النسخ بحيث يتمزق الغلاف قبل تسليمه الى القارىء ، فسوف يستوضح مدير التوزيع ليعطى تعليماته للموزعين ، أو قد يستوضح المدير التجارى ليتصل بدوره بمدير التوزيع .

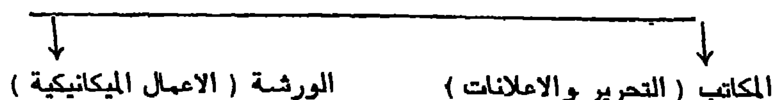
ومجالات السلطة هذه تجعل من الممكن ان يعمل كل قسم مستقلا ، بينما التنظيم الهرمى بين رؤساء الاقسام يجعل من الممكن التنسيق والتعاون بينهم على أساس دائرى (٩٣) .

ويتوقف اتساع التنظيم وضيقه على حجم الصحيفة وعدد محرريها، وطبيعة اقسامها والناشر نفسه ، ونوع ملكية المجلة وحجم قرائها وظروفها الاقتصادية .

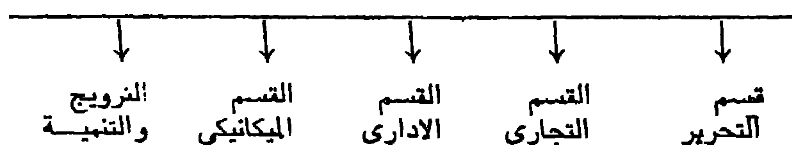
فى الصحف الاسبوعية والصحف اليومية الصغيرة وكذلك المجلات الصغيرة يوجد فى العادة قسمان يطلق على الاول ( المكاتب ) أو التحرير الآن ، وعلى الثانى (الورشة) أو المطابع ، ويتم تسليم الاخبار والموضوعات والاعلانات فى المكاتب حيث تحرر الاصول وتجرى كل الاعمال المتصلة بالصحيفة . أما الاعمال الميكانيكية المتعلقة بالصحيفة فمكانها الورشة حيث تجمع اصول الصحيفة وتطبع (٩٤) .

وفى بعض المجلات الصغيرة ، التى ليس لها مطبعة خاصة لا نجد الا قسما للتحرير (.مكاتب ) فقط تكون مسئولة عن الاخبار

والموضوعات والاعلانات أما الاعمال الميكانيكية فيعهد بها الى مطبعة خارجية يتم التماقد معها .




وإذا انتقلنا الى المؤسسات المتوسطة والكبيرة نجد أنها تتكون فى العادة من خمسة اقسام أو ادارات يعمل فيها أفراد تدربوا تدريبا خاصا سواء عن طريق الدراسة المنظمة أو عن طريق الخبرة وهى :




**١ ـ قسم التحرير :**

يضم قاعة الاخبار ، قاعة اعداد الاصول ، المطبخ الصحفى وقاعة التحرير ، وقسم التصوير ، والمكتبة والمعلومات .

**٢ ـ القسم التجارى :**

ادارة الاعلان ، وادارة التوزيع ، وقسم الطبع التجارى .

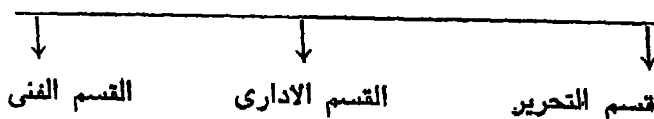
**٣ ـ القسم الميكانيكى :**

قاعة الجمع وورشة صب الفورم ، وورشة الحفر ، وورشة الطبع فى حالة الطباعة البارزة .

**٤ ـ القسم الادارى :**

**٥ ـ قسم الترويج والتنمية (٩٥) .**

وقد تتكون الصحيفة أو المجلة من ثلاثة اقسام رئيسية هى : ـ



١ ــ قسم التحــرير :

ويضم رئيس التحرير ونوابه ومدير التحرير ورؤساء الاقســـام والمحررين ويتبع رئيس التحرير ادارات المراجعة والتصحيح والمعلومات ، وسكرتارية التحرير الفنية وقسم التصوير .

٢ ــ القسم الادارى :

ويراسه مدير عام ويضم الاعلانات وادارة التوزيع والاشتراكات وادارة المشتريات وادارة شئون العاملين .

٣ ــ القســم الفنى :

المطبعة ، حجرة الجمع ، القسم الهندسى (٩٦) .

## ٢ ــ تصميم الخريطة التنظيمية او الهيكل التنظيمى للمؤسسة

**الخريطة التنظيمية :**

هى شكل يصور الهيكل التنظيمى الذى يقوم عليه البنيــان التنظيمى لاى منشأة او منظمة ، او هى الشكل الذى يبين وضع كل عضو بالجماعة بالنسبة لغيره والعلاقات التى تربط الاعضاء بعضهم ببعض حتى ينجز العمل الذى رسمته الجماعة بنفسها ــ او رسم لها ــ باكبر قــدر من الكفاءة اذ يقوم كل عضو بما يخصه من ذلك العمــل فى انسجام تام مع باقى الجماعة ، الامر الذى توضحه الخريطة بصورة مرئية .

وقد يطلق عليها احيانا لفظ ( الهيكل التنظيمى ) وهى تستخدم الرسم فى تخطيط شكل يوضح كافة نواحى النشاط الــذى تقوم به جمــاعة ما موزعا على وحدات او اجهزة ادارية ويبين فى ذات الوقت كافــة العلاقات التى تربط بين تلك الاجزاء وبعضها ، وموقع كل جهاز بالنسبة للاخر ، وتتكون الخريطة فى العادة من عدد من المفردات وعدد من الخطوط التى تربط بين تلك المفردات .

**والمفــــردات :**

هى اشكال هندسية كالمربع او المستطيل او الدائرة ، ويعبر كل شكل منها عن فرد له اهمية فى البنيان التنظيمى ، او عن جهاز من اجهزة ذلك البنيان ، وفى بعض الاحيان يراعى مصممو الخرائط التنظيميـــة ان

تكون مساحة الشكل الهندسي متناسبة مع اهمية الفرد أو الجهاز ومع الموقع فى المستويات الادارية التى يتكون منها التنظيم .

**أما الخطـوط :**

فمنها ما يكون راسيا أو أفقيا أو مائلا ، وهى تعبر عن علاقات السلطة من اعلى الى أسفل أو المسئولية من أسفل الى أعـلى ، أو عـلاقات المشاركة والتعاون بين الاجهزة التى تقع فى مستوى واحد أو العلاقات الاستشارية بين الاجهزة الواقعة فى مستويات مختلفة (٩٧) .

وكمثال للهيكل التنظيمى أو الخريطة التنظيمية لمؤسسة صـحفية كبيرة تصدر مجلة ، الشكل التالى (*) :

## سادسا : قرارات على المستوى القانونى

بعد ان يستقر المخطط على الشكل العام للمشروع ، ويبدا كيانه المادى والبشرى فى الاتضاح ، وفى بعض الاحيان قبل ذلك — يبدأ فى اتخاذ بعض القرارات او الاجراءات التى تعطى لهذا المشروع الصحفى صغير الحجم أو متوسطه أو كبيره الذى ستصدر به المجلة ، الكيان القانونى للذى يلائمه ، وذلك عن طريق : اختيار الشكل القانونى للمشروع ، والحصول على ترخيص او موافقة على اصدار المجلة .

### ١ — اختيار الشكل القانونى للمشروع

وتؤثر فى ذلك الاختيار عوامل كثيرة ، من اهمها : اجراءات التأسيس ونفقاته ، ومقدار رأس المال اللازم للمشروع ، ودرجة الميل الى المخاطرة أو الخوف من المستثمرين ، ومدى استعداد المؤسسين فى المستقبل للاشتراك فى ادارة النشاط ، ومدى حياة المشروع ، وما يحتاج اليه من توسع فى المستقبل ، وما تفرضه الدولة من قواعد باجراءات وما تسنه من قوانين منظمة تؤثر فى كيان المشروع ونظامه (٩٨) .

فبصفة عامة كلما قل رأس المال اللازم للمشروع ، وكذلك قل حجم الامكانيات المادية والقدرات الادارية والفنية المطلوبة ؛ قلت درجة المخاطرة التى تتعرض لها الاموال فى المشروع وأمكن أن ينهض بالمشروع شخص واحد فى صورة مشروع فردى ، أو عدد من الاشخاص يكونون فيما بينهم شركة من شركات الاشخاص . لكن كلما كبر حجم رأس المال وحجم الامكانيات المادية والبشرية وزادت فى الوقت ذاته درجة المخاطرة التى يتعرض لها رأس المال ، حتم ذلك أن ينهض بالمشروع مجموعة كبيرة من الاشخاص يستطيعون تدبير رأس المال المطلوب ويخاطرون بقدر معين من أموالهم وتكون مسئوليتهم محدودة بقدر حصصهم فى رأس المال ، يكون هذا المشروع فى الغالب فى صورة شركة من شركات الاموال .

ومن عوامل تحديد الشكل القانونى للمشروع مدى دوامه ؛ فاذا كان نشاط المشروع بطبيعته يمتد زمنا طويلا حتى تؤتى ثماره ؛ أو يمتد لفترة زمنية طويلة ، فانه فى هذه الحالة يأخذ المشروع شكل الشركة المساهمة ( احدى شركات الاموال التى لا ترتبط بحياة المساهمين فى تكوينها ) .

ولكل نوع من هذه المشروعات أحكامه الخاصة التى يضعها القانون التجارى منظما ما يبرمه رجال الاعمال والتجار من أعمال قانونية ، اضافة الى ذلك ، هناك المشروعات العامة التى تتولى ادارة المرافق العامة ، ومملوكة ملكية عامة للدولة لتحقيق المنفعة العامة ، كذلك هناك الجمعية التعاونية التى لا تهدف الى تحقيق أرباح وانما الى خدمة أعضاء الجمعية .

وتأسيسا على ذلك ، يمكن القول أن المجلة كمشروع صناعى وتجارى يمكن ان تصدر فى شكل قانونى من بين الاشكال القانونية المختلفة للمشروع والتى يمكن الاختيار من بينها وهى (٩٩) : —

**اولا : المشروع الفردى :**

**ثانيا : شركات الاشخاص :**

١ — شركة التضامن .
٢ — شركة التوصية البسيطة .
٣ — شركة ذات مسئولية محدودة .
٤ — شركة المحاصة .

**ثالثا : شركات الاموال :**

١ — الشركة المساهمة .
٢ — شركة التوصية بالاسهم .

**رابعا : المشروعات العامة :**

١ — وزارة أو مصلحة حكومية .
٢ — اجهزة السلطات المحلية .
٣ — المشروع المختلط ( عام غير كامل ) .
٤ — المؤسسة العامة .
٥ — الشركة العامة .

**خامسا : الجمعيات التعاونية :**

## التنظيم القـــانونى لاصدار الصحيفة

يخضع اصدار اى صحيفة ــ جريدة او مجلة ــ الى نـــوع من التنظيم القانونى . ويختلف هذا التنظيم من بلد الى آخر لاختلاف مفهومها للحرية وتبعا لاختلاف نظمها السياسية والاجتماعية . فقد يكتفى لاصدار الصـــحيفة بمجــرد اخطار يبلغ الى الجهـــة الادارية المختصـــة ، وقد يحتاج الاصــــدار الى الحصول على ترخيص سابق منهـــا . ويـــدور النظام المصرى فى اصدار الصحف بين فـــكرتين : فـــكرة التــــرخيص وفكرة الاخطار (١٠٠) .

وحتى عام ١٩٧٥ حكم اصدار الصحف قانونين : قانون المطبوعات رقم ٢٠ لسنة ١٩٣٦ ، وقانون تنظيم الصحافة رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ الذى أضاف افكارا جديدة الى تنظيم اصدار الصحف .

فبمقتضى المادة الاولى من قانون تنظيم الصحافة رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ لا يجوز اصدار الصحف الا بترخيص من الاتحاد القومى الذى حل محله الاتحاد الاشتراكى .

( والصحف التى يتعين الحصول على ترخيص باصـــدارها هى : الجرائد والمجلات وسائر المطبوعات التى تصدر باسم واحد بصـــفة دورية ، وقد استثنى من الحصول على الترخيص المجلات والنشرات التى تصدرها الهيئات العامة والجمعيات والهيئات العلمية والنقابات وذلك لما تتسم به هذه المطبوعات من صفة خاصة ولان تداولها يقتصر على اعضاء الهيئات التى تصدرها ) .

وبمقتضى المـــادة ١٣ من قانــــون المطبـــوعات رقم ٢٠ لسنة ١٩٣٦ الذى لا يزال معمولا به حتى الآن ، يجب على كل من يريد أن يصـــدر جريدة أن يقدم اخطارا كتابيا بذلك الى المحافظة التى تقع الجريدة فى دائرتها ، فقانون المطبوعات لا يوجب الحصول على ترخيص سابق من جهة الادارة ، بل يكتفى باخطارها باصدار الجريدة .

( والجريدة التى يقصدها هى : كل مطبوع باسم واحد بصفة دورية فى مواعيد منتظمة أو غير منتظمة ) (١٠١) .

وفى عام ١٩٧٥ صـــدر قرار من رئيس الاتحــــاد الاشـــتراكى العربى بانشاء المجلس الاعلى للصحافة ، واصبح يشترك فى اعطــــاء تصاريح اصدار الصحف .

فلاصدار مجلة — على سبيل المثال — أصبح لابد من تقـديم طلب للمسئولين برغبة صاحبه فى اصدار مجلة على أن يذكر فى هـذا الطلب اسمه وجنسيته وعنوانه واسم الدورية ويكون غالبا اسما جديدا لم تصدر به دورية من قبل ، الا اذا توقفت عن الصدور واخذ من صاحبها أو ورثته تنازلا عن الاسم . وبعـد ذلك يذكر اسم رئيس التحرير المسئول واسم المطبعة التى ستقوم بطبعها وعنوانها واسم صـاحبها ان كانت مملوكة لصاحب الدورية واللغة أو اللغات التى ستصدر بها الدورية ومواعيـد صدورها أى دوريتها .

وبعد أن توضح البيانات المذكورة على صورتين من اخطار مطبوع معد لذلك يوزع مجانا من ادارة المطبوعات أو الاماكن المسئولة ويوقع عليها صاحب امتياز اصدار الدورية ورئيس التحرير ويوقع معها خطـابا من صاحب الامتياز الى ادارة المطبوعات والمجلس الاعلى للصحافة يبدى فيه رغبته فى اصدار أمر بالموافقة على طبع الدورية وتداولها بين القراء وتعيين المسئولين عن تحريرها .

بعد ذلك تدرس الجهات المسـئولة الطلب فاذا كان مسـتكملا من جميـع الجوانب يرسـل لصـاحبه التصريح باصـدار الـدورية ، وهو غير محـدد بمدة معينة بل يظل قائما مادامت الدورية مسـتمرة فى الصـدور .

اما اذا حدث تغيير فى البيانات السابق توقيعها بالاخطار مثـل شخص رئيس التحرير أو المالك أو اسم الدورية أو مواعيد صـدورها فعلى ادارة الدورية ( المجلة هنا ) ابلاغ ادارة المطبوعات والمجلس الاعلى للصحافة كتابة بالتغيير الذى سيحدث دون حاجة الى عمل اخطـار جديد ويعمل المسئولون عن اصدار الـدورية عـلى الاحتفـاظ بخطاب التصريح لتقديمه للمسئولين عند طلبه واطلاع المسئولين عن المطبعة عليه

**فاذا صدرت الدورية ( المجلة ) يجب أن تضـع فى الحسـبان :**
اسم الدورة صاحب امتيازها واسم رئيس التحرير وعنوان صـدورها ومكانه واسم المطبعة التى تقوم بطبعها وتاريخ الطبع ورقم العدد والسنة الصحفية ( رقم العدد ومكانه من اول عدد صدر منها وعدد السـنوات التى مضت على صدور اول عدد منها ) على كل عدد يصدر منها وكذلك على ادارة الدورية ان تودع عشر نسخ من كل عدد يصدر منها فى مديرية الامن التابعة لها الدورية ومطبعتها وست نسخ الى ادارة المطبوعات بمجرد طبعها وتسلم خمس نسخ لدار الكتب العامة ( ١٠٢ ) .

ولكن المجلس الاعلى للصحافة لم يمارس سلطاته فى عملية الترخيص باصدار الصحف ، فالصحف الحزبية الجديدة « مصر » و « الاحرار » و « الاهالى » ، و « الشعب » صدرت بدون ترخيص أو اخطار،حيث اتاح لها قانون الاحزاب الصدور كحق من حقوق الاحزاب بمجرد تأسيسها .

**ونظرا للقيود التى وضعها القانون على اصدار الصحف ( جرائد ومجلات ) وتحريمه اصدارها على الافراد — رغم أنه رسميا لم يحرم أى فرد حق الاصدار الا أن الواقع يشهد أنه لم يصدر فرد جريدة أو مجلة منذ عام ١٩٥٢ حتى الآن ، نجد محاولات عديدة للتهرب من هذه النقطة ، وأصدار مجلة أو جريدة ومنها على سبيل المثال لا الحصر :**

— اسقاط صفة الدورية عن مطبوع باصدارة ١١ مرة فى السنة — مثلا — اذا كان شهريا . او ٥١ مرة فى السنة اذا كان أسبوعيا ، مما يجعله يخرج عن نطاق القانون ؛ ويصبح كتابا عاديا — غير دورى، لان القانون يعرف الصحيفة — التى تنطبق عليها احكامه بأنها اى مطبوع يصدر بصفة دورية ؛ وهذا ما فعله عبد العظيم مناف المدير العام لمجلة « الموقف العربى » وحمادة البمبى ناشر مجلة « افكار » .

— تكوين جمعيات أهلية أو اتحادات تصدر عنها جرائد أو مجلات ، ذلك لان القانون لا يطالب الصحيفة التى تصدر عن جمعية أو دينية أو هيئة أو منظمة أو نقابة جماهيرية بالحصول على ترخيص وهذا ما فعله الدكتور عبد المنعم سعد حينما أسس جمعية لفن السينما ليصدر عنها بعد ذلك مجلة « السينما والناس » الشهرية . وفاروق يوسف الذى أصدر جريدة « الاهلوية » الاسبوعية عن جمعية ترقية شباب عابدين التى اسسها الدكتور عبد القادر حاتم عام ١٩٥٥ ، كذلك أصدر نادى المسرح بالقاهرة مجلة « المسرح » ، وصدرت مجلة « الشاشة الصغيرة » عن جمعية الشاشة الصغيرة لعدة شهور وتوقفت .

— الاستفادة بالتراخيص القديمة لجرائد أو مجلات واعادة اصدارها مرة أخرى مثل : مجلة « البعكوكة » الشهيرة التى أعيد اصدارها مرة أخرى — وتوقفت — ومجلة « الدعوة » و و « الاعتصام » ، ومجلة « أنباء الخليج والجزيرة » التى أصدر منها الدكتور فاروق أبو زيد — عدد واحدا منها وتوقفت — كملحق لمجلة قديمة هى مجلة « صوت الجيزة » كان يرأس تحريرها فى الماضى ..

***

## اصدار المجلات فى ظل قانون « سلطة الصحافة » رقم ١٤٨ الصادر فى ١٤ يوليو ١٩٨٠

خلال الصفحات السابقة استعرض المؤلف اصدار المجلة — كشكل صحفى من الزاوية القانونية التى حددتها التشريعات الصحفية المصرية التى بدأت بصدور أول قانون للمطبوعات فى مصر عام ١٨٨١ حتى تشكيل المجلس الاعلى للصحافة عام ١٩٧٥ — والثغرات الموجودة فى هـــذه التشريعات ، والآن .. وبعد صدور قانون سلطة الصحافة فى ١٤ يوليو ١٩٨٠ هل اختلفت الصورة أو بعبارة أكثر تحديداً هل تغير اسلوب اصدار الصحف عامة — والمجلة بوجه خاص ؟ !

### حرية اصدار الصحف (جرائد ومجلات)

بادىء ذى بدء نجد أن القانون يكفل حـــرية اصدار الصحف — جرائد ومجلات — للاحزاب السياسية والاشخاص الاعتبـــارية العامة والخاصـــة .

وفى الوقت نفسه يحظر القانون اصدار الصحف او الاشتراك فى اصدارها أو ملكيتها بأية صورة من الصور على الفئات الآتية :

(١) الممنوعين من مزاولة الحقوق السياسية .
(٢) الممنوعين من تشكيل الاحزاب السياسية أو الاشتراك فيها .
(٣) الذين ينادون بمبادىء تنطوى على انكار الشرائع السماوية .
(٤) المحكوم عليهم من محكمة القيم .

### خطوات اصدار الصحف ( جرائد ومجلات ) :

— يجب على كل من يريد اصدار صحيفة جديدة أن يقدم اخطارا كتابيا الى المجلس الاعلى للصحافة موقعا عليه من الممثل القانونى للصحيفة يشتمل على : اسم ولقب وجنسية ومحل اقامة صاحب الصـــحيفة واسم الصـــحيفة واللغة التى تنشر بهـــا وطريقـــة اصـــدارها وعنوانها واسم رئيس التحرير وعنوان المطبعـــة التى تطبـــع فيها الصـــحيفة .

وفى حالة أى تغيير يطرأ على البيانات التى تضمنها الاخطار بعـــد صدور الترخيص يجب اعلان المجلس الاعلى للصحافة كتابة بهـــذا التغيير قبل حدوثه بثمانية أيام على الاقل الا اذا كان هذا التغيير طرأ على وجه غير متوقع وفى هذه الحالة يجب اعلانه فى ميعاد غايته ثمانية أيام على الاكثر من تاريخ حدوثه .

ويعاقب الممثل القانونى للصحيفة عند مخالفة هذه المادة بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيـــه ولاتجاوز ألف جنيه أو باحدى هاتين العقوبتين فضلا عن الحُكم بتعطيل الصحيفة مدة لا تقل عن ثلاثة اشـهر ولا تجاوز سنة .

— ويصدر المجلس الاعلى للصحافة قراره فى شأن الاخطار المقـــدم لاصدار الصحيفة خلال مدة لا تجاوز أربعين يوما من تاريخ تقـديمه اليه ويعتبر عدم اصدار القرار فى خلال المدة سالفة البيان بمثابة اعتراض من المجلس الاعلى للصحافة على الاصدار .

وفى حالة صدور قرار برفض اصدار الصحيفة يجوز لذوى الشأن الطعن فيه أمام محـكمة القيم خـلال ثلاثين يوما من تاريخ الاخطـار بالرفض .

— وفى حالة عدم صدور الصحيفة خلال ثلاثة شهور تالية للترخيص ، أو اذا لم تصدر بانتظام خلال ستة اشهر اعتبر الترخيص كأن لم يكن ، ويكون اثبات عدم انتظار صدور الصحيفة من المجلس الاعلى للصحافة ويعلن القرار الى صاحب الشأن .

— وتعتبر الموافقة على اصدار صحيفة امتيازا خاصا لا تنتقل ملـكيته بأية صورة من صور نقل الملكية .

وكل تصرف يتم بالمخالفة ( لهذا الحكم ) يعتبر باطلا ، ويعـاقب المخالف بغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيه ولا تجاوز الف جنيه فضلا عن الحكم بالغاء ترخيص الصحيفة .

## « البعـد الثالث فى عملية التخطيط لاصدار مجلة »

## وضع الخطة او الجدول الزمنى للتنفيذ

بعد أن ينتهى المخطط لاصدار مجلة من اتخـاذ القرارات الاساسية المختلفة التحريرية والاقتصادية والفنية والبشرية والتنظيمية والقانونية، يـكون قـد اسـتقر على « تصـور » أو « خطة » محـددة المعالم لمجلته ويبقى عليـه أن يحولها الى « كيان مادى » او نسخة مطبوعة من المجلة ، وهنا تبدأ عملية التنفيذ التى لابد وان يوضع لها خطة زمنية أو جـدول زمنى .

وعملية وضع جدول زمنى للمشروع Schedule ، او الجدولة الزمنية Schedule ، لاصدار المجلة هنا هى : تحديد الوقت النسبى الذى يجب أن تبدأ فيه العمليات او المراحل المختلفة وتضع الهدف الزمنى المطلوب تنفيـذه ، ومن الممكن ان تتم دون الاشارة الى يوم معين ، ومن الناحيـة العملية من الافضـل أن يتم وضـع أيام معينة كأيام بدء وأيام انتهاء (١٠٣) .

وتبدو اهمية الجدول الزمنى فى المشروعات أو العمليات الانتاجية التى تتم فى عدة مراحل وهو ما ينطبق على عملية اصدار المجلة .

وعلى ذلك فلا بد ان يضع المخطط لاصدار المجلة ، او ادارة المجلة بالاضـافة الى هيئـة تحريرها كشـفا يوضح العمليـات المطلوب تنفيذها مبينا بصـفة خاصة موعـد الابتداء وموعد الانتهاء لكل عملية تقـرر تنفيذها ، وبهذا يربط العمليـات المختلفة من اجـل تحقيق هـدف محـدد .

ومن أكثر الطرق انتشـارا فى جدولة المشروعات « الزمنيـة » خرائط جانت لتخطيط المشروعات Gantchart ، وهى تتـكون من مقيـاس زمنى ( يـوم — شهر — أسـبوع ) من ناحيـة ، ومن الناحيـة الاخرى يتم عـرض عنـاصر المشروع او أجـزائه فى شكل أعمـدة أو رموز لتوضـيح مدى التقدم فى الاعمال مع تحـرك الوقت يوما بعد الآخر (١٠٤) .

فاذا انتهت ادارة مجلة من البعدين الاولين لعملية التخطيط لاصدار مجلة وهما : الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع واتخـاذ القرارات

الاساسية فى عمليـــة الاصـــدار ، بقى ان يوضع الجدول الزمنى لاصدار المجلة : فاذا كان اصـــدار المجلة قد تحدد له بداية عام ١٩٨٠ وبدأت عمليـــات وضع جدول زمنى فى شـــهر ســـبتمبر عـــام ١٩٧٩ ، ينبغى وضـــع جدول زمنى لاصدار المجلة يوم الثلاثاء ١ يناير عـــام ١٩٨٠ مستعينين بخرائط « جانت » لتخطيط المشروعات (١٠٥) .

## مصـــادر المدخل ومراجعه

(١) شعبان عبد العزيز خليفة : الدوريات فى المكتبات ومراكــز المعلومات ، العربى للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٧٨ ، ص ٦ .

(٢) اعتمد على المراجع التالية فى استيضاح الفروق بين هـــــذه المصطلحات :

— Hidlick, W.E. «Aclose Look at Magazines and comics, U.S.A., 1973, PP. 12 - 23.

— Mott Luther Frank : « A History of American Magazines »' Cambridge Mass book press of Harvard University' PP. 5 6.

— Mott, Luther Frank : « A History of American Magazines ». University Press, Iowa, Second edition, 1969, PP. 22 - 35.

— Fisher, Heinz Ditrich & Herril, John : International and Intercultural Communication, Hastings House publishers, New York, 1976, PP. 99 - 106.

— Mclean. Ruari : Magazine Design, Oxford University Press, New York, London, Torentc, 1969, P. 1.

(٣) نقلا عن عبد العزيز الدسوقى وعبد الغنى حسن : روضة المدارس ، الهيئة المصرية العـــامة للــكتاب ، القـــاهرة ، ١٩٧٥ ، ص ٩ .

(٤) عبد اللطيف حمـــزة : المدخـــل فى فن التحـــرير الصحفى ، دار الفكر العربى القـــــاهرة ، الطبعة الرابعة ، ١٩٧٠ ، ص ٣٦٠ .

(٥) عبد العزيز الدسوقى وعبد الغنى حسن : مرجع سابق ص ٩ .

(٦) عبد اللطيف حمزة ، مرجع سابق ص ٧ .

(٧) شكرى فيصل : الصحافة الادبية : وجهة جديدة فى دراسـة الادب العربى المعاصر ، معهد الدراسات العربيـــة العالية ، القاهرة ، ١٩٦٠ ، ص ٢٠ .

(٨) نقلا عن عبد العزيز الدسوقى وعبد الغنى حسن ، مرجع سابق ص ٩ .

(٩) المرجع السابق نفسه ، ص ١٠ .

(١٠) سامى عزيز : « فن المجلة » مجموعة محاضرات ألقيت على طلبة الصحافة والنشر ، بكلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، القاهرة ١٩٧٥ .

(١١) اجلال خليفة : « الصحافة » بدون ناشر ، دار الطباعة الحديثة القاهرة ١٩٧٦ ، ص ٧٧ .

(١٢) محمد سيد محمد : ما المجلة الادبية ؟ مجلة الدراسات الاعلامية ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الاول ، يناير ١٩٧٩ ، ص ١٩ .

(١٣) محمد سيد محمد : « اقتصاديات الاعلام » ، مكتبة كمال الدين ، القاهرة ، ص ٢٧ .

(١٤) سامى عزيز ، مرجع سابق .

(١٥) اعتمدت فى عرضى لتصنيف المجلات على ابرز المراجع التى تعرضت لهذه الفكرة وهى :

- Fedler, Fred : An introduction to the Mass Media, Harcourt Joun Inc., New York, San Digo, Chicago 1978.

- Whitney, Fredrick C. : Mass Media and Mass Communications in society, W. M. C. Brown Company Publishers, 1975.

- Littlefield, James E. & Kirkpatrik, C.A. : Advertising : Mass communication in Marketing, Houghton Mifflin Company, Bombay, First Indian Print, 1971..

- Charnely, Michelle V. & Converse, Blair : Magazines Writing and Editing, Drydon Press, New York, 1938.

- Sandman, Peter. M. & Rubbin, David M. & Suchman, David : Media : An introductory analysis of American Mass Communic-

ations prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersy, Second edition, 1976.

— Wolsely, Ronald. E. : The Magazine World - an introduction to magazine Jounrnalism, Prentice - Hall, New York 1964.

— Peterson, Theodore : Magazine in the twentieth Century, Univers-ity of Illindis Press, Mrbana. Chicago - London, Secoud edition 1975.

(16) Sandman, Peter M. & Rubbin, David M. & Suchman, David, OP. Cit., P. 282.

(18) Sandman Peter M. & Rubin, David M. & Suchman, David, Op cit., P. 229.

(19) Merril, John & Bryan, Carter R & Alisky, Marian : « The Foreign Press : Asurvey of the world Journalism, Louisiane, State University press, Baton Rogue, U.S.A 1973, P. 15.

(20) Peterson, Theodore, Op. Cit., P. 76.

(٢١) سامى عزيز ، مرجع سابق .

(٢٢) س. دينوابيه : « الصحافة فى العالم » ، ترجمة عبد العاطى جلال ، الالف كتاب ٢٩٠ ، دار سعد مصر ، القاهرة ، بدون تاريخ ، ص ١٧٦ .

(٢٣) حسنين عبد القادر : الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٦١ ، ص ٢١ .

(٢٤) شعبان عبد العزيز خليفة ، مرجع سابق ، ص ٢٣ .

(٢٥) جورج ديهاميل : دفاع عن الادب ، ترجمة وتعليق محمد مندور ، سلسلة من الشرق والغرب ، الدار القومية للطباعة والنشر ، بدون تاريخ ، ص ٦٣ .

(26) Whitney, Fredrick. C., Op. Cit., P. 82.

(27) Ibid, P. 79.

(٢٨) أحمد بدر : « الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية » ، دار القلم ، الكويت ١٩٧٢ ، ص ٢٣ ، ٢٤ .

***

# مصـــادر الكتاب ومراجعــه

(1) Wolsely, Ronald. E. The Magazine world : an introduction to Magazine Journalism, Op. Cit, P. 63.

(٢) استفدت فى هذا الجزء من المراجع الاتية :

ـ فريد راغب النجـار : « تحليل الشـبكات لتخطيط وجدولة ومراقبة المشروعات » وكالة المطبوعات ، الكويت ، ١٩٧٩ .

ـ على رفاعة الانصارى : « استراتيجية المشروعات : سياسات ادارية »، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٦ .

ـ محمد يسرى قنصوة ، أحمد رشيد : « التنظيم الادارى وتحليل النظم »، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٢ .

— Coventry, William F. : « Management ». A Howard & Wymdham Company, London, 1978.

(٣) محمود سلامة عبد القادر « دراسات الجدوى وتقييم المشروعات الصناعية » ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، ١٩٧٩ ، ص ٢٩ـ٣١ .

(٤) فريد راغب النجار ، مرجع سابق ، ص ٢٩ .

(5) Wolsely, Ronald. E. : Under standing Magazines, Op. Cit., pp. 45. - 50 .

(6) Ibid, p. 48.

(7) Peterson, Theodore, Op. Cit., PP. 236 - 257.

(8) Fisher, Heinz Ditrich & Merril, John, Op. Cit., PP. 103, 140.

(9) Peterson, Theodore : Op. Cit., P. 336.. .

(10) Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines, Op. Cit., P. 99 - 101.

(11) Pedler, Fred, Op. Cit., P. 340.

(12) Peterson, Theodore Op. Cit., P. 364.,

(13) Wolsely, Ronald E. : Understanding Magazines, Op. Cit., p. : 47, 80.

(14) Peterson, Theeaors, Op. Cit., P. 366.

(15) Ibid, PP. 351, 362.

(16) Fadler, Fred, Op. Cit., P. 351.

Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines Op. Cit., p. 351.

(١٧) محمود فياض : « الصحافة الادبية بمصر والاتجاهات القومية ١٩١٤ ــ ١٩٤٠ » ، (الجزء الاول )الجهاز المركزى للكتب الجامعية والمدرسية والتعليمية ، القاهرة ، ١٩٧٦ ، ص ٢٨ .

(١٨) محمود علم الدين : « الفن الصحفى فى المجلة العامة مع دراسة تطبيقية على المجلات المصرية العامة المصور ــ آخر ساعة ــ اكتوبر عام ١٩٧٨ » ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة ١٩٨٠ ص .

(19) Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines Op. Cit., PP. 49 - 50.

(٢٠) محمود علم الدين ، مرجع سابق

(٢١) سمير محمد حسين : « بحوث الاعلام : الاسس والمبادىء» ، بدون ناشر ، مطابع دار الشعب ، القاهرة ، ١٩٧٥.

(٢٢) محمد على العوينى ( اشراف ) : « مشاكل الاعلام الشبابى : دراسة نظرية وميدانية » المجلس القومى للشباب والرياضة ، جهاز الشباب الادارة العامة للتخطيط والبحوث والاحصاء ، القاهرة ، ١٩٧٨ ، ص ٥١ .

(23) Wolsely, Ronald. E., Understanding Magazines. Op. Cit., pp. 139, 149 - 150. .

(٢٤) ، (٢٥) سمير محمد حسين ، مرجع سابق .

(26) Wolrely, Ronald. E., Under standing Magayire, Op. Cit., P. P. 150.

(٢٧) جيهان أحمد رشتى : « الاسس العلمية لنظريات الاعلام » ، دار الفكر العربى ، القاهرة ، ١٩٧٥ .

(28) Wolsely, Ronald. E. Thl Changing Magazine, The Iowa State University press, Iowa, 1972, pp. 15 - 25.

(٢٩) طلعت الزهيرى : الاعلان بين العلم والتطبيق ، دار المعارف، القاهرة ١٩٧٥ ، ص ١٠٤ ، ١٠٥ .

(٣٠) محمد على العوينى (اشراف ): مرجع ص ٧٤ — ٧٨ .

(31) Erickson, Mc. cann : Middle East Media study 1979 London.

(٣٢) المركز العربى للبحوث والادارة ( آراك ) : « اتجاهات القراء لمجلة أكتوبر » ، ١٩٧٨ ، القاهرة .

(33) Wdsely Ronald. E. : Under Standing Magazines, Op. Cit., P. 351.

(٣٤) توماس بيرى : « الصحافة اليوم » ، ترجمة مروان الجابرى مؤسسة أ. بدران للطبع والنشر ، بيروت ، ١٩٧٤ ، ص ٢٥٧ ، ٢٥٨ .

(35) Ferguslon, Rowena, A, : « Editing The Small Magazine». U.S.A, Columbia press, Second edition 1976, p. 181.

(٣٦) توماس بيرى ، مرجع سابق ، ص ٢٦٠ — ٢٨٢ .

(٣٧) محمود علم الدين ، مرجع سابق ، ص ٢٦٣ — ٢٦٦ .

(٣٨) المرجع السابق نفسه ، ص ٣٣٤ — ٣٣٨ .

(٣٩) المرجع السابق نفسه ، ص ٤٠٥ ، ٤٠٦ .

(40) Farguson, Rowena. A., Op., Cit., P. 181.

(٤١) جلال الدين الحمامصي : مقابلة شخصــية بمكتبة بمؤسسة اخبار اليوم .

(42) Forguson, Rowena. A., Op. Cit, P. 182.

(٤٣) استفدت في ذلك من :

— زكي محمود هاشم : « الادارة العلمية » ، وكالة المطبوعات ، الكويت، ١٩٧٨ ص ٣٦٩ ، ٣٧٠ .

(٤٤) اعتمدت في عرض الانماط الشائعة للملكية في المجلة عــلى التصنيف الكلاسيكى لانماط الملكية الصحفية الذى أورده كل من فرانك. و. راكر ، وهربرت بى. وليفر فى كتابهما :
« Newspaper Organization and Managament.

(45) Fedler, Fred, Op. Cit., PP. 335, 336.

(46) Rucker, Frank. W. & Wilvers, Harbert Lee, Op. Cit., PP. 21 - 24.

(47) Golding, Peter : The Mass Media, Longman Group, London, 1972, PP. 44 - 48.

(٤٨) محمود عساف : « أصول الادارة » ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، ١٩٧٦ ، ص ٢٨٩ .

(49) Vilehuchet, Blrtra and de la : La Gestion Du Magazine Dunond, Paris, 1975, PP. 31 - 32.

(50) Ibid, P. 32.

(٥١) فاروق محمود الهيثمى : « تخطيط المشروعات الصناعية » ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٦٩ ، ص ٨٠ .

(52) Ferguson, Rowena A., Op. Cit., p. 191.

(53) Ibid, P. 192.

(54) Wright, John. S. & Others : « Advertising» Mc - Graw Hill Company, New York, Fourth edition, 1977, P. 372.

(55) Ferguson, Rowena. A., Op. Cit. PP. 194 - 196.

(56) Ibid, P. 196.

(57) Turnbull, Arthur. T. & Baird., N. : The Graphics of conmunion Typography - Layout Design», Holt Reinhart Inc., third edition, 1975 P.. 295.

(٥٨) سمير محمد حسين : « تطور الاعلان الصحفى فى مصر منذ نهاية الحرب العالمية الثانية حتى اليوم » ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاداب جامعة القاهرة ، القاهرة ، ١٩٦٩ ، ص ٦٨٦ .

(59) Crag. Joh : « Production For The Graphic Designer. waston Guptile publication U.S.A., Third edltion, 1976, P. 81

(60) Ibid, p. 85

(٦١) سمير محمد حسين « تطور الاعلان الصحفى فى مصر منذ نهاية الحرب العالمية الثانية اليوم » ، مرجع سابق ، ص ٦٨٧ .

(62) Craig, John, Op. Cit., P. 87..

(٦٣) احمد حسين الصاوى : « طباعة الصحف واخراجها » ، الدار القومية للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٦٥ ، ص ٢١—٥٥ .

— Craig, John : Op. Cit., PP. 16 - 40

(٦٤) اعتمدت فى الحديث عن اختيار ورق طباعة المجلات وانواعه المختلفة على المراجع الاتية :

— Kagy, Fredrick, D. : Graphic Arts, The good heart Willcox Co., gnc. pullications., South Holland, Ilirois, 1970.

— Wolsely, Ronald. E., « Underst anding Magazines» Op. Cit.

— Craig, John, Op. Cit.

ــ صليب بطرس : « ادارة الصحف » ، الهيئــة العامة للـكتاب ، القاهرة ، ١٩٧٤ .

محمود عساف : « أصول الاعلان » ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، ١٩٧٥ .

(65) Craig, John, Op. Cit. PP. 110 , 111.

(66) Ibid p. 111.

(67) Grump, Spencer : Fundamentae of Journalism, Mcgraw Hill Book, U.S.A. 1974, P. 234.

(68) Silver, gorold. A. : Printing Estimating, American Technical-ety, U.S.A., 1975, PP. 22 - 24.

— Forguson, Rowena, A., Op. Cit., P. 201.

(٦٩) استفدت فى الحديث عن اتخاذ القرارات الخاصة بالعنصر البشرى فى المجلة بكل من :

ــ يسرى خضر اسماعيل : مرجع سابق ، ص ١٨٩ ــ ١٩٠ .

ــ فاروق محمد الهيثمى : مرجع سابق ، ٨١ .

(٧٠) هذه المصادر الخمسة حددها الدكتور محمود عســاف لكى يعتمد عليها اى مشروع صناعى ، واعتمدت عليها مصادر تصــلح للمجلة، انظر :

محمود عساف : مرجع سابق ص ٢٨٩ .

(71) Wolsely, Ronald. E. Unders Tanding Magazines., Op. Cit.,

(27) Kenneth, John Lurian : « Magazine Journalism : New prospects For the art and profession», Montona press Library, First edition Montana, U.S.A, 1977, P.. .117.

(٧٣) محمود علم الدين ، مرجع سابق ، ص

(74) Kenreth. John : Op. Cit:. P. 139.

(٧٥) استفدت فى هذا الجزء من المراجع التالية :

— عبد اللطيف حمزة : « قصة الصحافة العربيـة فى مصر : منـذ نشأتها الى منتصف القـرن العشرين » ، مطبعـة المعـارف ، بغداد ، ١٩٦٧ .

— خليل صابات : « وسائل الاتصال نشأتها وتطورها » ، مـكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، طبعة ثانية ، ١٩٧٩ .

— Peterson, Theodore, Op. Cit.

— Mott, Luther Frank, Op. Cit.

— W olsely, Ronald. E., « Understand ing Magazine ». Op. Cit.,

(٧٦) جلال الدين الحمامصى : « الصحيفة المثالية » ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٢ ص ١٧٨ ، ١٧٩ .

(77) Kanneth, John Lurian, Op. Cit., PP. 166 - 173.

(78) Neprand, Theodore. L. New Prew : « Planning good Personnel in your publication » Columbia press, U.S.A. 1975., pp 15, 19.

(79) Ibid, pp. 19 - 22

(٨٠) ، (٨١) ، (٨٢) اعتمدت هنا على المراجع التالية :

— Rothestein, Arnold : « Photojournalism - Picture for magagines and newspopers». Amphoto, Now york, 1963.

— New Kalien, Norman : « Photographs - how to appreciate, Criticize and choose; ». Mc. Graw Hill, New york 1973.

— Feininger, Andreas : « The Complete photographer » Englewood Cliffs, Newyork, Prentice Hall, 1965.

— سمير سعد الدين ، محمود علم الدين ( اعداد ) : « التصـوير الفوتوغرافى وتطبيقاته فى مجال الصحافة » ، مراجعة خليل صابات،

( استنسل ) القيت على طلبة قسم الصحافة والنشر ، كلية الاعلام جامعة القاهرة ، القاهرة ١٩٧٨ .

(٨٤) أبو الفتوح حامد عودة : « تنظيم المعلومات الصحفية والارشيف والمكتبات » ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، ١٩٦٨ ، ص ٧ ، ٨ .

(٨٥) سمير سعد الدين ، محمود علم الدين : مرجـــع ســـابق ،

(٨٦) محمد سيد محمد : «اقتصاديات الاعلام : المؤسسة الصحفية»، مكتبة كمال الدين ، القاهرة ، ١٩٧٩ ، ص ١٨٩ ، ١٩٠ .

(87) Wolsely, Ronald. E. : « Understandiny Magazine, ». Op. Cit.. pp 157 - 160.

(88) Sandman, peter. M. & Rullin David M. & Suchman David Op. Cit, PP. 288 - 289.

(٨٩) محمود علم الدين : مرجع سابق ، ص ١٤١ ، ١٤٢ ، ١٤٣ .

(90) Wain wright, David : Journalism», Altl & Seber London, 1972, P. 210.

— ج. م ميكايلسن : « الصحافة بين الهواية والاحتراف » ، ترجمـــة محمد كامل جمعة ، مطبعة مصر الحديثة ، القـــاهرة ، ١٩٥١ ص ٣٦ — ٤٥ .

(٩١) محمود علم الدين : مرجع سابق ص ١٤٥ ، ١٤٩ .

(٩٢) سيد الهوارى : مرجع سابق ، ص ١٣٦ .

(93) Rucker, Frank. W. & Wilvers, Herbert Lee, Op. Cit. PP. 8 , 9.

(٩٤) خليل صابات : « فن ادارة الصحف وتنظيمها » ، محاضرات على الرونيو القيت على طلبة قسم الصحافة بكلية الاداب جامعة بغداد ، بغداد ، ١٩٧٥ .

(٩٥) المرجع السابق نفسه .

(٩٦) اجلال خليفة ، مرجع سابق ، ص ٦١ ــ ٦٥ .

(٩٧) محمود عساف ، مرجع سابق ، ص ٤٠ .

(٩٨) المرجع السابق نفسه .

(٩٩) زكى محمود هاشم ، مرجع سابق ، ص ٣٥٩ .

(١٠٠) جمال الين العطيفى : « حرية الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية القاهرة « ، دار النهضة العربية ، طبقة ثانية ، ١٩٧٤ ، ص ٥٥ .

(١٠١) المرجع السابق نفسه ، ص ٥٧ ، ٥٩ .

(١٠٢) إجلال خليفة ، مرجع سابق ، ص ٥٧ ، ٥٨ .

(١٠٣) سيد الهوارى ، مرجع سابق ، ص ١٢٠ ، ١٢١ .

(١٠٤) فريد راغب النجار ، مرجع سابق ، ص ٣٦ .

(١٠٥) استفدت فى تصميم هذا الجدول الزمنى لاصدار مجلة من خريطة لمشروع صناعى صممها الدكتور فريد راغب النجار على غرار خرائط جانت لتخطيط المشروعات انظر :

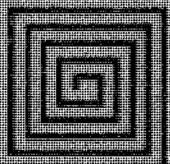
ــ فريد راغب النجار ، المرجع السابق نفسه ، ص ٣٧ .

رقم الايداع ٢٨٨٥/٨١
الترقيم الدولى ٢ ــ ٢٥ ــ ٧٣١٥ ــ ٩٧٧

مطبعة
مؤسسة يوم المستشفيات
١ شارع بستان الخشاب بالمنيرة
القصر العينى ــ القاهرة

الغلاف من تصميم وتنفيذ ، المركز الجرافيكى العربى بالقاهرة



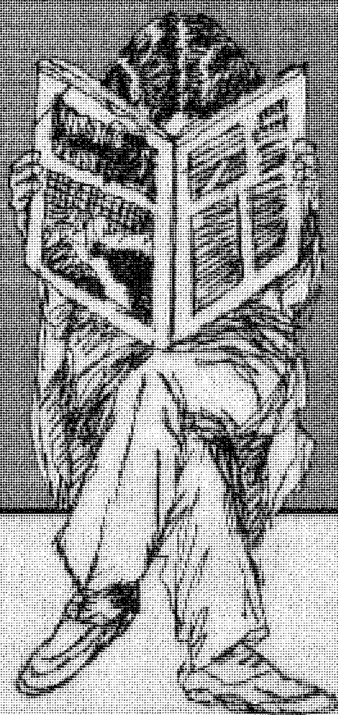



محمود علم الدين

# المجلة

## التخطيط لإصدارها ومراحل إنتاجها

تقديم: د. صليب بطرس



العربي

محمود علم الدين

# المجلة

## التخطيط لإصدارها ومراحل إنتاجها




٦٠ شارع القصر العيني - امام روز اليوسف - القاهرة
تليفون . ٣٧٥٦٦ — ٣٧٤٨٢